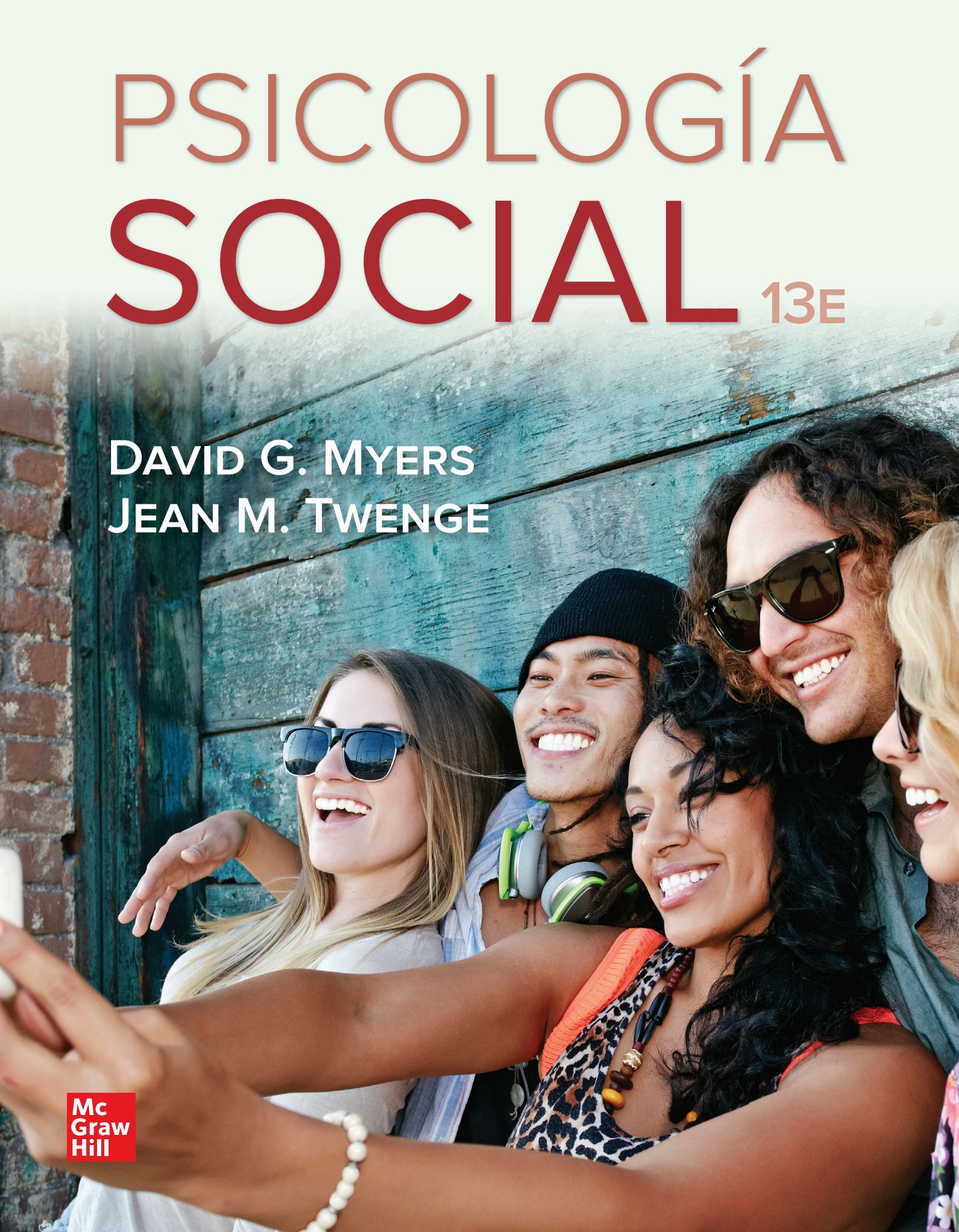
PSICOLOGÍA SOCIAL 13E

DAVID G. MYERS
JEAN M. TWENGE



Mc Graw Hill

PSICOLOGÍA SOCIAL

13ª edición

David G. Myers

Hope College

Jean M. Twenge

Universidad Estatal de San Diego

Revisión técnica

Psic. Pablo Fernández Juárez
Universidad Anáhuac México

Dra. Angélica Bautista López
Universidad Autónoma Metropolitana

Mtro. Gustavo Martínez Tejeda
Universidad Pedagógica Nacional

Mc Graw Hill

MÉXICO • BOGOTÁ • BUENOS AIRES • GUATEMALA • LONDRES
MADRID • MILÁN • NUEVA DELHI • NUEVA YORK • SAN JUAN
SANTIAGO • SAO PAULO • SIDNEY • SINGAPUR • TORONTO

Director general de Latinoamérica: Martín Chueco
Director editorial: Hans Serrano
Gerente de portafolio de Universidades: Gabriela López Ballesteros
Desarrollador de contenido Sr.: Marcela Rocha Martínez
Gerente de preprensa: José Palacios Hernández
Supervisor de preprensa: Miguel Ángel Morales Verdugo
Iconografía: Silvia Kenedy
Plataformas digitales: Héctor Ávila y Juan Ojeda

Traducción: Gloria Padilla Sierra y Susana Olivares Bari

Esta publicación no puede ser reproducida ni en todo ni en parte, ni registrada en/o trasmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, ni magnético, electroóptico o cualquier otro tipo, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

PSICOLOGÍA SOCIAL
Décimotercera edición

DERECHOS RESERVADOS © 2019, 2005, 2000, 1995, 1990 respecto a la quinta edición en español por MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
Edificio Punta Santa Fe, Prolongación Paseo de la Reforma 1015, Torre A, Piso 16,
Col. Desarrollo Santa Fe, Del. Álvaro Obregón, CP 01376, Ciudad de México.

Miembro de la Cámara Naciona de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.

ISBN 13 BUNDLE: 978-1-4562-7218-0
ISBN 13 IMPRESO: 978-1-4562-6999-9
ISBN 10 IMPRESO: 1-4562-6999-2
ISBN 13 CONNECT: 978-1-4562-6690-5
ISBN 10 CONNECT: 1-4562-6690-X

ISBN 13: 978-970-10-5398-0 (de la edición anterior)

Traducido de *Social Spychology*, de David G. Myers y Jean M. Twenge, 13a edición. © 2019, 2016, 2013 y 2010. Publicado por McGraw-Hill Global Education Holdings, LLC. Todos los derechos reservados. ISBN 978-1-260-39711-6.

Translated of *Social Spychology*, by David G. Myers and Jean M. Twenge, 13th edition. © 2019, 2016, 2013 y 2010. Published by McGraw-Hill Global Education Holdings, LLC. All rights reserved. ISBN 978-1-260-39711-6.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 24 23 22 21 20 19

Impreso en México Printed in Mexico

DGM

Para Dennis y Betty
Amigos afines, líderes al servicio de los demás

JMT

Para mis hijas: Kate, Elizabeth y Julia

Acerca de los autores

Desde que recibió su doctorado en la Universidad de Iowa, David G. Myers ha sido catedrático de psicología en el Hope College de Michigan. Muchos estudiantes de esa institución lo han invitado a ser el orador de su ceremonia de graduación y por votación lo nombraron "profesor sobresaliente".

Fotografía de Hope College Public Relations. Para mayor información o comunicarse con David Myers, visite davidmyers.org. ©David Myers

Con el apoyo de becas de la National Science Foundation, la investigación de Myers se ha publicado en unas tres docenas de publicaciones científicas que incluyen *Science*, *American Scientist*, *Psychological Science* y *American Psychologist*.

También ha comunicado sus conocimientos sobre la ciencia psicológica a través de artículos en cuatro docenas de revistas que abarcan desde *Today's Education* hasta *Scientific American*, y por medio de sus 17 libros que incluyen el renombrado *The Pursuit of Happiness* e *Intuition: Its Powers and Perils*.

La investigación y los escritos de David Myers han recibido reconocimiento del Gordon Allport Prize, un premio como "científico respetado" de la Federation of Associations in the Brain and Behavioral Sciences y el Award for Distinguished Service on Behalf of Personality-Social Psychology.

Fue presidente de la Human Relations Commission de su ciudad, ayudó a fundar un centro para familias en situación de pobreza y ha dado conferencias frente a cientos de grupos universitarios y comunitarios. En reconocimiento de sus esfuerzos en la transformación de la manera en que Estados Unidos proporciona auxiliares auditivos para personas con pérdidas auditivas (consulte hearingloop.org), recibió premios de la American Academy of Audiology, la Hearing Loss Association of America y la industria dedicada a este ramo.

David y Carol Myers tienen tres hijos y un nieto.

Jean M. Twenge, fotografía de Sandy Huffaker, Jr. Para mayor información o para comunicarse con Jean Twenge, visite www.jeantwenge.com ©Sandy Huffaker, Jr.

Como profesora de psicología en la Universidad Estatal de San Diego, Jean M. Twenge es autora de más de 140 publicaciones científicas sobre diferencias generacionales, cambio cultural, rechazo social, uso de medios digitales, roles de género, autoestima y narcisismo. Sus investigaciones han aparecido en *Time*, *Newsweek*, *The New York Times*, *USA Today*, *U.S. News and World Report* y *The Washington Post*, además de presentarse en programas televisivos como *Today*, *Good Morning America*, *CBS This Morning*, *Fox and Friends*, *NBC Nightly News*, *Dateline NBC* y *National Public Radio*.

Con base en sus investigaciones, la doctora Twenge escribió dos libros dirigidos a un público más amplio: *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy–And Completely Unprepared for Adulthood (2017)* y *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled– And More Miserable Than Ever Before* (2ª ed., 2014). Un artículo de la doctora Twenge aparecido en *The Atlantic* fue nominado para el National Magazine Award. Con frecuencia ofrece charlas y seminarios sobre diferencias generacionales ante públicos integrados por catedráticos y personal universitario, grupos de padres y maestros, personal militar, directores de campamentos y ejecutivos empresariales.

Jean Twenge se crió en Minnesota y Texas. Obtuvo sus títulos de licenciatura y maestría en la Universidad de Chicago y su doctorado en la Universidad de Michigan. Concluyó con una beca de investigación posdoctoral en psicología social en la Universidad Case Western Reserve. Vive en San Diego con su marido y tres hijas.

Contenido breve

Prefacio xiii

Capítulo 1 Introducción a la psicología social 1

Parte uno Pensamiento social

Capítulo 2 El yo en un mundo social 27

Capítulo 3 Juicios y creencias sociales 59

Capítulo 4 Comportamiento y actitudes 95

Parte dos Influencia social

Capítulo 5 Genética, cultura y género 121

Capítulo 6 Conformidad y obediencia 154

Capítulo 7 Persuasión 187

Capítulo 8 Influencia del grupo 217

Parte tres Relaciones sociales

Capítulo 9 Prejuicio 257

Capítulo 10 Agresión 298

Capítulo 11 Atracción e intimidación 337

Capítulo 12 Ayuda 381

Capítulo 13 Conflicto y pacificación 420

Parte cuatro Aplicación de la psicología social

Capítulo 14 Psicología social en la práctica clínica 459

Capítulo 15 Psicología social en los tribunales 491

Capítulo 16 Psicología social y futuro sostenible 519

Epílogo 545

Índice analítico ÍA-1

Glosario G1

Contenido

Prefacio xiii

Capítulo 1

Introducción a la psicología social 1

¿Qué es la psicología social? 2
¿Cuáles son las ideas principales de la psicología social? 3
Construimos nuestra realidad social 4
Nuestras intuiciones sociales a menudo son poderosas y, en ocasiones, peligrosas 4
Las influencias sociales moldean nuestro comportamiento 5
Nuestras actitudes y personalidad también moldean el comportamiento 6
El comportamiento social tiene raíces biológicas 6
Los principios de la psicología social pueden aplicarse a la vida cotidiana 7
¿Cómo influyen los valores humanos en la psicología social? 7
Formas evidentes en que los valores inciden en la psicología 8
Formas no tan evidentes en que los valores inciden en la psicología 9
Siempre lo supe: ¿La psicología social no es más que sentido común? 11
Enfoque: Siempre lo supe 14
Métodos de investigación: ¿Cómo se practica la psicología social? 14
Formulación y contrastación de hipótesis 15
Muestreo y formulación de preguntas 15
Planteamiento de las preguntas correctas 17
Investigación correlacional: Detección de asociaciones naturales 18
Investigación experimental: En busca de causa y efecto 21
Generalización del laboratorio a la vida 24
Posdata: Por qué escribimos este libro 26

Parte uno. Pensamiento social

Capítulo 2

El yo en un mundo social 27

Reflectores e ilusiones: ¿Qué nos enseñan de nosotros mismos? 28
Acercamiento a la investigación: Estar nervioso de parecer nervioso 29
Autoconcepto: ¿Quién soy? 31
En el centro de nuestro mundo está nuestro sentido del yo 31
El yo y la cultura 32
Cultura y autoestima 36
Detalles de la historia: Hazel Markus y Shinobu Kitayama hablan de la psicología cultural 37
Autoconocimiento 38
¿Cuál es la naturaleza y el poder motivador de la autoestima? 41
Motivación de la autoestima 42
Compensaciones de la autoestima baja en comparación con la autoestima alta 44
Autoeficacia 46
¿Cuál es el sesgo en beneficio propio? 47
Explicación de los sucesos positivos y negativos 47
Enfoque: Sesgo en beneficio propio: ¿cómo me amo? Déjame enumerar las formas 49
¿Todos podemos ser mejores que el promedio? 49
Optimismo poco realista 50
Falso consenso y singularidad 52
Explicación del sesgo en beneficio propio 53
¿Cómo maneja la gente su autopresentación? 54
Autosabotaje 54
Manejo de impresiones 54
¿Qué significa tener autocontrol? 57
Posdata: Verdades gemelas: los peligros del orgullo y los poderes del pensamiento positivo 58

Capítulo 3

Juicios y creencias sociales 59

¿Cómo juzgamos nuestros mundos sociales, tanto consciente como inconscientemente? 60
Facilitación 60
Juicios intuitivos 62
Exceso de confianza 64
Heurística: Atajos mentales 66
Pensamiento contrafáctico 69
Pensamiento ilusorio 70
Estados de ánimo y juicios 72
Detalles de la historia: Joseph P. Forgas: ¿El mal clima puede mejorar la memoria? 73
¿Cómo percibimos nuestros mundos sociales? 74
Percepción e interpretación de sucesos 75
Perseverancia de las creencias 76
Construcción de recuerdos de nosotros mismos y de nuestros mundos 77
¿Cómo explicamos nuestros mundos sociales? 80
Atribución de la causalidad: A la persona o a la situación 80
El error fundamental de atribución 81
¿Qué importancia tienen nuestras creencias sociales? 87
Expectativas de los maestros y desempeño de los alumnos 88
Enfoque: La profecía autocumplida del mercado bursátil 88
Obtener lo que esperamos de otros 90

¿Qué podemos concluir acerca de las creencias y juicios sociales? 92
Posdata: Una reflexión acerca del pensamiento ilusorio 94

Capítulo 4

Comportamiento y actitudes 95

¿Qué tan bien nuestras actitudes predicen nuestro comportamiento? 96
Cuándo las actitudes predicen el comportamiento 97
¿Cuándo afecta nuestro comportamiento nuestras actitudes? 101
Interpretación de rol 102
Decir nos lleva a creer 103
Actos malignos y morales 104
Movimientos sociales 106
¿Por qué nuestro comportamiento afecta nuestras actitudes? 107
Autopresentación: Manejo de impresiones 108
Autojustificación: Disonancia cognitiva 108
Detalles de la historia: Leon Festinger habla sobre la reducción de la disonancia 112
Autopercepción 113
Comparación de las teorías 117
Posdata: Cambiarnos a través de la acción 119

Parte dos: Influencia social

Capítulo 5

Genética, cultura y género 121

¿Cómo influye el aspecto biológico en nosotros? 122
Genes, evolución y comportamiento 123
Biología y género 124
Género y hormonas 127
Reflexiones sobre la psicología evolutiva 128
Enfoque: Ciencia evolutiva y religión 129
¿Cómo influye la cultura en nosotros? 130
Cultura y comportamiento 130
Enfoque: El animal cultural 131
Cultura transmitida por los pares 134
Acercamiento a la investigación: Encuentros pasajeros, Oriente y Occidente 135
Cultura y género 138
Los roles de género varían con la cultura 139
Los roles de género varían con el tiempo 139
¿En qué se parecen varones y mujeres y en qué difieren? 141
Independencia o relaciones 142
Dominio social 145
Agresión 147
Sexualidad 147
¿Qué podemos concluir sobre la genética, la cultura y el género? 150
Detalles de la historia: Alice Eagly sobre las semejanzas y diferencias de género 152
Posdata: ¿Deberíamos considerarnos como productos de nuestra constitución biológica o de nuestra cultura? 153

Capítulo 6

Conformidad y obediencia 154

¿Qué es la conformidad? 155
¿Cuáles son los estudios clásicos sobre la conformidad y la obediencia? 156
Los estudios de Sherif acerca de la formación de normas 156
Acercamiento a la investigación: Bostezos contagiosos 158
Estudios de Asch sobre la presión grupal 160
Estudios de obediencia de Milgram 162
Detalles de la historia: Sanley Milgram habla sobre la obediencia 164
Ética de los estudios de Milgram 165
¿Qué engendra la obediencia? 166
Enfoque: Personalizar a la víctima 166
Reflexiones sobre los estudios clásicos 168
¿Qué predice la conformidad? 172
Tamaño del grupo 173
Unanimidad 174
Cohesión 174
Estatus 175
Respuesta pública 176
Compromiso previo 176
¿Por qué nos conformamos? 177
¿Quién se conforma? 179
Personalidad 180
Cultura 180
Roles sociales 181
¿Alguna vez querríamos ser diferentes? 183
Reactancia 183
Afirmación de la singularidad 184
Posdata: Acerca de ser un individuo dentro de una comunidad 186

Capítulo 7

Persuasión 187

¿Qué caminos conducen a la persuasión? 189
La ruta central 189
La ruta periférica 189
Diferentes caminos para distintos propósitos 190

¿Cuáles son los elementos de la persuasión? 191
¿Quién dice? El comunicador 192
¿Qué se está diciendo? El contenido del mensaje 195
Acercamiento a la investigación: Experimentación con una realidad social virtual 196
¿Cómo se dice? El canal de comunicación 203
¿A quién se le dice? El público 207
Enfoque: Cultos y persuasión 209
¿Cómo se puede resistir a la persuasión? 212
Inoculación de actitudes 212
Implicaciones de la inoculación de actitudes 215
Posdata: Ser abierto, pero no ingenuo 216

Capítulo 8

Influencia del grupo 217

¿Qué es un grupo? 217
Facilitación social: ¿Cómo nos afecta la presencia de los demás? 218
La mera presencia de los demás 218
Aglomeración: La presencia de muchos otros 221
¿Por qué nos activamos en presencia de otros? 222
Holgazanería social: ¿Los individuos ejercen menor esfuerzo en un grupo? 224
Muchas manos hacen que el trabajo se vuelva ligero 224
Holgazanería social en la vida diaria 226
Desindividuación: ¿Cuándo pierden las personas su sentido del yo dentro de los grupos? 228
Hacer juntos lo que no haríamos solos 229
Reducción de la conciencia de uno mismo 231
Polarización grupal: ¿Los grupos intensifican nuestras opiniones? 232
El caso del "cambio arriesgado" 233
¿Los grupos intensifican las opiniones? 234
Enfoque: Polarización grupal 238
Explicación de la polarización grupal 239
Pensamiento grupal: ¿Los grupos obstaculizan o ayudan a las buenas decisiones? 241
Síntomas del pensamiento grupal 242
Detalles de la historia: Irving Janis habla sobre el pensamiento grupal 243
Crítica del pensamiento grupal 245
Prevención del pensamiento grupal 246
Solución de problemas en grupo 246
Detalles de la historia: Detrás de un premio Nobel: dos mentes son mejor que una 248
La influencia de la minoría: ¿Cómo influyen los individuos en el grupo? 250
Consistencia 250
Confianza en uno mismo 251
Deserciones de la mayoría 251
¿El liderazgo es influencia de la minoría? 252
Enfoque: Liderazgo comunitario transformador 252
Posdata: ¿Los grupos son malos para nosotros? 255

Parte tres: Relaciones sociales

Capítulo 9

Prejuicio 257

¿Cuál es la naturaleza y el poder del prejuicio? 258
Definición de prejuicio 258
Prejuicio: Implícito y explícito 260
Prejuicio racial 261
Prejuicio de género 265
Prejuicio LGBT 268
¿Cuáles son las fuentes sociales del prejuicio? 269
Inequidades sociales: Estatus desigual y prejuicio 270
Socialización 271
Apoyos institucionales 274
¿Cuáles son las fuentes motivacionales del prejuicio? 275
Frustración y agresión: La teoría del chivo expiatorio 275
Teoría de la identidad social: Sentirse superior a los demás 276
Motivación a evitar el prejuicio 279
¿Cuáles son las fuentes cognitivas del prejuicio? 281
Categorización: Clasificación de personas en grupos 281
Singularidad: Percepción de personas que se hacen notar 283
Atribución: ¿Es solo una palabra? 286
¿Cuáles son las consecuencias del prejuicio? 289
Juicios previos que se perpetúan a sí mismos 290
El impacto de la discriminación: La profecía autocumplida 291
Amenaza de estereotipo 291
¿Los estereotipos sesgan el juicio de individuos? 293
Detalles de la historia: Claude Steele habla sobre la amenaza del estereotipo 294
Posdata: ¿Es posible reducir el prejuicio? 297

Capítulo 10

Agresión 298

¿Qué es la agresión? 300
¿Cuáles son algunas teorías de la agresión? 301
Agresión como fenómeno biológico 301
Agresión como respuesta a la frustración 306
Agresión como comportamiento social aprendido 308
¿Cuáles son algunas de las influencias en la agresión? 311
Incidentes aversivos 311
Estimulación 313
Señales de agresión 314
Influencias mediáticas: Pornografía y violencia sexual 315

Influencias mediáticas: Televisión, películas e internet 317
Otra influencia mediática: Videojuegos 323
Efectos de los videojuegos 323
Detalles de la historia: Craig Anderson habla sobre la violencia en los videojuegos 327
Influencias grupales 328
Acercamiento a la investigación: Ante la provocación, ¿los grupos son más agresivos que los individuos? 330
¿Cómo se puede reducir la agresión? 331
¿Catarsis? 331
Un enfoque del aprendizaje social 333
Cambio cultural y violencia mundial 334
Posdata: Reforma de una cultura violenta 335

Capítulo 11

Atracción e intimidación 337

¿Qué tan importante es la necesidad de pertenencia? 339
¿Qué conduce a la amistad y a la atracción? 341
Proximidad 342
Enfoque: Agrado por cosas que se asocian con uno mismo 345
Atractivo físico 347
Detalles de la historia: Ellen Berscheid habla acerca del atractivo 351
Semejanza contra complementariedad 355
Nos agradan aquellos a quienes agradamos 358
Enfoque: Lo malo es más fuerte que lo bueno 359
Recompensas de la relación 361
¿Qué es el amor? 362
Amor pasional 362
Amor sociable o de compañía 365
¿Qué hace posible las relaciones cercanas? 367
Apego 367
Equidad 369
Confidencia 371
Enfoque: ¿La internet crea intimidad o asilamiento? 373
¿Cómo se terminan las relaciones? 375
Divorcio 376
El proceso de desapego 377
Posdata: Hacer el amor 379

Capítulo 12

Ayuda 381

¿Por qué ayudamos? 382
Intercambio social y normas sociales 382
Detalles de la historia: Dennis Krebs habla de la experiencia de vida y el estudio del altruismo 384
Psicología evolutiva 390
Comparación y evaluación de las teorías sobre la ayuda 392
Altruismo genuino 393
Enfoque: Los beneficios y costos del altruismo inducido por la empatía 395
¿Cuándo ayudaremos? 397
Número de espectadores 397
Detalles de la historia: John M. Darley habla de las reacciones del espectador 398
Ayudar cuando alguien más lo hace 402
Presiones de tiempo 403
Acercamiento a la investigación: Semejanza del endogrupo y ayuda 404
Semejanza 405
¿Quién prestará ayuda? 407
Rasgos de personalidad y estatus 407
Género 408
Fe religiosa 409
¿Cómo podemos incrementar la ayuda? 411
Reducción de la ambigüedad y aumento de la responsabilidad 411
Culpa y preocupación por la autoimagen 413
Socializar el altruismo 414
Enfoque: Comportamiento y actitudes entre quienes rescataron judíos 417
Posdata: Cuando la psicología social cobra vida 419

Capítulo 13

Conflicto y pacificación 420

¿Qué genera los conflictos? 421
Dilemas sociales 421
Competencia 428
Injusticia percibida 429
Percepciones erróneas 430
Acercamiento a la investigación: Percepciones erróneas y guerra 433
¿Cómo puede lograrse la paz? 434
Contacto 435
Acercamiento a la investigación: Las relaciones que pudieron haber sido 438
Detalles de la historia: Nicole Shelton y Jennifer Richeson, hablan acerca de las amistades internacionales 440
Cooperación 440
Enfoque: ¿Por qué nos importa quién gana? 442
Enfoque: Branch Rickey, Jackie Robinson y la integración del béisbol 447
Comunicación 450
Conciliación 454
Grit 454
Postadata: El conflicto entre los derechos individuales y colectivos 456

Parte cuatro: Aplicación de la psicología social

Capítulo 14

Psicología social en la práctica clínica 459

¿Qué influye en la precisión de los juicios clínicos? 460
Correlaciones ilusorias 461
Retrospectiva y exceso de confianza 462
Diagnósticos confirmatorios 463
Intuición clínica frente a predicción estadística 464
Enfoque: La perspectiva de un médico: la psicología social de la medicina 465
Implicaciones para una mejor práctica clínica 466
¿Qué procesos cognitivos acompañan los problemas conductuales? 467
Depresión 467
Detalles de la historia: Shelley Taylor habla de las ilusiones positivas 468
Soledad 471
Ansiedad y timidez 472
Salud, enfermedad y muerte 474
¿Cuáles son algunos de los enfoques psicosociales del tratamiento? 478
Inducir cambios internos a través de la conducta externa 479
Romper círculos viciosos 479
Mantener el cambio a través de atribuciones internas para el éxito 481
Uso de la psicoterapia como influencia social 482
¿Cómo apoyan las relaciones sociales la salud y el bienestar? 483
Relaciones cercanas y salud 483
Relaciones cercanas y felicidad 487
Posdata: Aumentar la felicidad 489

Capítulo 15

Psicología social en los tribunales 491

¿Qué tan confiable es el testimonio presencial? 492
El poder de los testigos persuasivos 493
Cuando los ojos nos engañan 493
El efecto de la desinformación 495
Recuentos 497
Reducción de errores 498
Acercamiento a la investigación: Retroalimentación a los testigos 498
¿Qué otros factores influyen en las decisiones de los jurados? 504
Características del imputado 504
Instrucciones del juez 507
Factores adicionales 508
¿Qué influye en el jurado individual? 509
Comprensión de cada jurado 509
Selección de los jurados 511
Jurados calificados para juicios que implican pena de muerte 511
¿Cómo afectan las influencias grupales a los jurados? 513
Influencia minoritaria 513
Polarización de grupo 514
Clemencia 514
Acercamiento a la investigación: Polarización grupal en un entorno judicial natural 515
¿Doce cabezas piensan más que una? 516
¿Seis cabezas piensan igual que doce? 516
Del laboratorio a la vida: Jurados reales y simulados 517
Posdata: Pensamiento inteligente por medio de la ciencia psicológica 518

Capítulo 16

Psicología social y futuro sostenible 519

Psicología y cambio climático 523
Efectos psicológicos del cambio climático 523
Opinión pública sobre el cambio climático 524
Posibilitar la vida sostenible 527
Nuevas tecnologías 528
Reducción del consumo 528
Detalles de la historia: Janet Swim habla de la respuesta de la psicología ante el cambio climático 530
La psicología del materialismo y la riqueza 531
Aumento del materialismo 532
Riqueza y bienestar 532
El materialismo no logra la satisfacción 535
Hacia la sostenibilidad y la supervivencia 539
Acercamiento a la investigación: Medición del bienestar nacional 541
Posdata: ¿Cómo se vive responsablemente en el mundo moderno? 543

Epílogo 545
Índice analítico ÍA-1
Glosario G1

Guía de la tecnología y redes sociales

En este texto, la información sobre tecnología y redes sociales se enfoca en los siguientes temas:

Agresión y sitios web para "despotricar": pp. 331-332
Altruismo en juegos en línea: p. 416
Anonimato en la internet: p. 230
Autopresentación en Facebook: p. 55
Capacidad de sugestión en redes sociales: p. 159
Ciberacoso: pp. 299, 309
Citas en línea:
- Anuncios personales en la internet, equiparación de activos: pp. 349-350
- Aumento en divulgación y agrado: p. 373

Citas relámpago: p. 356
- Semejanza: pp. 356-357

Comparación social en redes sociales: pp. 31–32, 239, 537
Conformidad en juegos en línea: p. 180
Diferencias culturales en publicaciones en Facebook: pp. 131, 138
Diferencias de género en publicaciones de Facebook: pp. 141–143
Efecto del espectador en Facebook: p. 397
Efecto del falso consenso en Facebook: p. 52
Exposición selectiva: pp. 108–109
Foros de plática en línea: p. 138
Género y disciplinas STEM: p. 273
Interacciones, en persona versus redes sociales: pp. 471, 489
Internet, televisión, películas y agresión: pp. 317–322
Medios y videojuegos prosociales: p. 416
Narcisismo en redes sociales: p. 46
Ostracismo en redes sociales, efectos del: p. 340
Perseverancia de las creencias en redes sociales: pp. 76–77
Persuasión:
- Comparación de medios: p. 206
- Efecto de primacía en reseñas de TripAdvisor: p. 201
- Influencia de los medios: pp. 204–205
- Juegos en línea como publicidad para niños: p. 214
- La credibilidad de las noticias falsas depende de quién las comparte: p. 193
- "Mercadotecnia viral": p. 204
- Propaganda política: p. 210

Polarización grupal en la internet: pp. 237
Pornografía y violencia sexual: pp. 315–317
Prejuicio: pp. 334–335
Presentaciones para el jurado: p. 517
Sesgo de confirmación en redes sociales: p. 66
Soledad en redes sociales: p. 471
Tecnología, riqueza y felicidad: p. 534
Tecnología y sostenibilidad: p. 528
Uso de redes sociales entre los jóvenes: p. 338
Videojuegos y agresión: pp. 323–327

La información de fondo sobre tecnología y redes sociales se puede encontrar en los siguientes apartados:

Acercamiento a la investigación: Experimentación con una realidad social virtual: p. 196
Detalles de la historia: Craig Anderson habla sobre la violencia en los videojuegos: p. 327
Enfoque: ¿La internet crea intimidad o aislamiento?: pp. 373–374

En el centro de recursos en línea encontrará una Guía de la cultura, en www. mhhe.com/latam/myers-ps/3e

Una carta de los autores

Los seres humanos tenemos una historia muy larga, pero la psicología social tiene una historia muy breve: apenas un poco más de un siglo. Si consideramos que apenas comenzamos, los resultados son gratificantes. ¡Qué festín de ideas! Al utilizar los diversos métodos de investigación, hemos amasado importantes discernimientos sobre las creencias y las ilusiones, el amor y el odio, la conformidad y la independencia.

Gran parte del comportamiento humano sigue siendo un misterio; sin embargo, la psicología social ofrece actualmente respuestas parciales a muchas preguntas intrigantes:

- ¿Cómo impulsa nuestro pensamiento, tanto consciente como inconsciente, a nuestro comportamiento?
- ¿Qué conduce a las personas a dañar en algunas ocasiones y, en otras, a ayudarse entre sí?
- ¿Qué crea el conflicto social y cómo podemos transformar los puños cerrados en manos que ayudan?

Responder estas y muchas otras preguntas, que es la misión en las páginas por venir, amplía nuestro entendimiento sobre nosotros mismos y nos sensibiliza a las fuerzas sociales que influyen en nosotros.

Aspiramos a ofrecer un texto que

- sea sólidamente científico y cálidamente humano, riguroso en cuanto a hechos y provocativo en términos intelectuales.
- revele fenómenos sociales importantes, al igual que la manera en que los científicos los descubren y explican, y
- estimule el pensamiento de los estudiantes: su motivación a preguntar, a analizar y a relacionar los principios con los sucesos cotidianos.

Ubicamos a la psicología social dentro de la tradición intelectual de las humanidades. A través de la enseñanza de las grandes obras de la literatura, la filosofía y las ciencias, la educación en humanidades busca ampliar nuestra conciencia y liberarnos de los confines del presente. Al enfocarnos en los temas humanamente importantes, buscamos ofrecer las grandes ideas y hallazgos de la psicología social a los estudiantes de psicología que están cerca de ser profesionales y hacerlo de modos que estimulen a todos los alumnos. Y con acercamientos a cómo se practica esta profesión, examinando las diversas herramientas de investigación que revelan el funcionamiento interno de nuestra naturaleza social, esperamos posibilitar que los estudiantes piensen con mayor inteligencia.

Asistir en la enseñanza y aprendizaje de la psicología social es un gran privilegio, pero también es una responsabilidad. Así que, por favor: no dude nunca en hacernos saber cuál ha sido su experiencia y qué podemos mejorar.

David G. Myers
Hope College
www.davidmyers.org

Jean M. Twenge
San Diego State University
www.jeantwenge.com

Prefacio

Psicología social introduce a los estudiantes en la ciencia acerca de nosotros: nuestros pensamientos, sentimientos y comportamientos en un mundo social. Por medio del estudio de la psicología social, los estudiantes aprenden a pensar de manera crítica acerca de las conductas cotidianas y adquieren una apreciación de cómo nos vemos y afectamos unos a otros.

El estilo coloquial de *Psicología social* permite que los alumnos tengan acceso y disfruten de esta ciencia relativamente joven y emocionante. En este libro, los estudiantes encuentran las exploraciones científicas del amor y el odio, de la conformidad y la independencia, del prejuicio y la ayuda, de la persuasión y la autodeterminación.

Psicología social se enfoca en la manera en que la gente ve, se afecta y se relaciona entre sí. Al empezar con las historias que abren los capítulos, el texto relaciona el tema del capítulo con la experiencia humana. También se destacan las investigaciones de vanguardia en la psicología social, con más de 450 citas nuevas o actualizadas respecto de la última edición.

La característica de "Acercamiento a la investigación" sigue siendo un pilar de esta edición, ofreciendo una exploración de la investigación actual en el campo psicosocial en todo el mundo, desde "Estar nervioso de parecer nervioso" en el capítulo 2, hasta "Percepciones erróneas y guerra" en el capítulo 13. Los Acercamientos a la investigación proporcionan a los estudiantes ejemplos accesibles de la manera en que los psicólogos sociales emplean diversos métodos de investigación, desde la observación naturalista hasta los experimentos de laboratorio, pasando por la obtención de datos de archivo e internet.

Otras características atractivas e instructivas que se conservan en la nueva edición son:

- Las secciones de "Enfoque", que son una exploración detallada de un tema presentado en el texto. Por ejemplo, el "Enfoque" del capítulo 11, "¿La internet crea intimidad o aislamiento?", describe los factores a favor y en contra de utilizar la internet para la comunicación y para obtener una sensación de pertenencia.
- En "Detalles de la historia", los investigadores famosos hablan en sus propias palabras, destacando los intereses y preguntas que guiaron, y a veces encaminaron mal, sus hallazgos. Por ejemplo, el capítulo 5 ofrece un ensayo de Alice Eagly acerca de las semejanzas y diferencias de género.
- Las "posdatas", que son ideas adicionales que concluyen con la esencia del capítulo, atraen la atención de los alumnos con preguntas que les hacen pensar y con reflexiones personales sobre el capítulo. Por ejemplo, la "Posdata" del capítulo 16, "Psicología social y futuro sostenible", ofrece ideas sobre "¿Cómo se vive responsablemente en el mundo moderno?".

Gran parte de comportamiento humano sigue siendo un misterio. Sin embargo, la psicología social puede ofrecer discernimientos acerca de las diversas preguntas que tenemos acerca de nosotros mismos y del mundo en que vivimos, como:

- ¿Cómo impulsa nuestro pensamiento, tanto consciente como inconsciente, a nuestro comportamiento?
- ¿Qué es la autoestima? ¿Es posible tener demasiada autoestima?
- ¿De qué manera la gente que nos rodea influye en nuestro comportamiento?
- ¿Qué conduce a las personas a dañar en algunas ocasiones y, en otras, a ayudarse entre sí?
- ¿Qué crea el conflicto social y cómo podemos transformar los puños cerrados en manos que ayudan?

Investigar y responder tales preguntas es la misión de este libro, para ampliar la autocomprensión de los estudiantes y revelar las fuerzas sociales que influyen en sus vidas. Después de leer este libro y de pensar de manera crítica acerca de las conductas cotidianas, los estudiantes se entenderán mejor a sí mismos y al mundo en el que trabajan, se divierten y aman.

Cambios capítulo por capítulo

La investigación en psicología social cambia constantemente. La decimotercera edición no solo incorpora lo último en investigación y contenido académico, sino que también refleja las tendencias sociales y culturales actuales. A continuación se listan las principales adiciones y cambios a esta edición:

Capítulo 1 Introducción a la psicología social

- El capítulo se reorganizó para avanzar de la investigación basada en encuestas a la investigación correlacional y experimental.
- Se incluyen nuevos ejemplos de la comunicación social por medio de mensajes de texto y redes sociales.
- Nuevo material sobre tasas de respuesta en encuestas de opinión, utilizando la elección presidencial de Estados Unidos en 2016.
- Discusión de proyectos de replicación y archivos científicos abiertos.

Capítulo 2 El yo en un mundo social

- Nuevos estudios y ejemplos sobre la comparación social en Facebook.
- Estudios que muestran que el individualismo está aumentando en todo el mundo.
- Nuevos estudios sobre cómo se desarrolla el *narcisismo* y cómo repercute en el liderazgo.
- Nuevo estudio y ejemplo sobre el fanfarroneo humilde en línea como estrategia de *autopresentación*.
- Informes de investigación sobre autocontrol acerca de cuándo es más probable que aparezcan o no las fallas en el autocontrol, y cómo el agotamiento del autocontrol que conduce a una falla en él puede ser una ocurrencia específicamente occidental.

Capítulo 3 Creencias y juicios sociales

- Investigación actual sobre el partidismo, que conduce a confiar o desconfiar de los medios noticiosos.
- Nueva investigación sobre *facilitación* con una nueva figura y un ejemplo de exposición subliminal.
- Ejemplo de cómo la *cognición* corporizada puede ser social y positiva.
- Nueva investigación sobre el *exceso* de confianza acerca de la manera en que la gente puede cambiar sus opiniones.
- Nueva investigación sobre el *sesgo de confirmación* con las cámaras de eco ideológicas.
- Estadísticas actualizadas sobre seguridad en el transporte en relación con la *heurística de disponibilidad*.
- Nuevo ejemplo sobre las noticias falsas en relación con la *perseverancia de las creencias*.

Capítulo 4 Comportamiento y actitudes

- Ejemplo político de la desconexión entre las actitudes expresadas y el comportamiento real.
- Investigación sobre qué se necesita para que una actitud conduzca a la conducta.
- Informes adicionales de investigación sobre las críticas hacia el *test de asociación implícita* (*IAT*).

Capítulo 5 Genética, cultura y género

- Se reorganizó el capítulo para que fluya de manera uniforme de la genética a la cultura y al género sin retroceder.
- Nuevo material sobre condiciones *intersexuales*, *fluidez de género*, *identidad no binaria* e individuos *transgénero*, incluyendo nuevos ejemplos.
- Nuevo material sobre la distinción entre diferencias grupales promedio e información relevante para el yo.
- Estadísticas actualizadas sobre la asistencia de mujeres a escuelas de posgrado.
- Estadísticas actualizadas para horas de trabajo doméstico.
- Nueva figura que muestra diferencias de género en uso de pornografía.
- Actualizaciones y edición de Alice Eagly para la sección de "Detalles de la historia".

Capítulo 6 Conformidad y obediencia

- Estudio de investigación sobre la actividad cerebral después de la *obediencia*.
- Ejemplo adicional sobre el suicidio y la violencia con armas de fuego como contagio social.
- Análisis de un estudio sobre tiroteos masivos que muestra el contagio social.
- Nueva información sobre los intentos de justificación de los participantes en el experimento de Milgram, y sobre cómo las relaciones estrechas previnieron la conformidad.
- Información sobre las diferencias en las perspectivas individualista y colectivista de la conformidad.

Capítulo 7 Persuasión

- Ejemplos en la introducción del capítulo sobre la difusión de creencias y actitudes falsas acerca de la igualdad.
- Estadísticas actualizadas sobre los puntos de vista de los estadounidenses sobre el calentamiento global.
- Estadísticas actualizadas sobre el consumo de alcohol entre estudiantes del último año de educación media superior.
- Ejemplos de reacciones dependiendo del comunicador.
- Investigación sobre usuarios de Facebook que confían o desconfían de un artículo dependiendo de quién lo compartió con ellos.
- Ejemplos adicionales de la *ruta periférica de la persuasión* que ayuda a persuadir a las madres de que vacunen a sus hijos.
- Cobertura adicional sobre el valor persuasivo de imágenes gráficas.
- Investigación sobre la ventaja de los llamados bilaterales.
- Ejemplo político de la mera repetición que crea desinformación y creencias falsas.
- Exposición ampliada sobre comparación de medios y sobre cómo funciona mejor la persuasión cuando se habla en persona, en lugar de por escrito.
- Análisis de un estudio acerca de la *contraargumentación* en un estudio sobre alimentación sana en educación media.
- Nuevo análisis sobre la *inoculación de actitudes* que ayuda a contrarrestar las noticias falsas.

Capítulo 8 Influencia del grupo

- Investigación añadida sobre *facilitación social* que contribuye a la ventaja en casa de un equipo de fútbol soccer.

- Ejemplo de *polarización grupal* que ocurre cuando la gente cree que muchos otros espectadores estaban viendo un discurso político en línea.
- Material totalmente nuevo y actualizado en la sección de polarización grupal y política.
- Nuevos ejemplos y análisis de la polarización grupal en la sección de internet.
- Investigación que muestra la manera en que el pensamiento grupal puede debilitar al yo individual.

Capítulo 9 Prejuicio

- Investigación que muestra que la obesidad es el origen de gran parte del acoso escolar.
- Ejemplo añadido del *prejuicio* en la política.
- Ejemplo relacionado con el básquetbol acerca de que las generalizaciones del estereotipo a veces son ciertas.
- Ejemplo de la manera en que las creencias firmes pueden exagerar la realidad.
- Análisis añadido sobre las críticas al *Test de Asociación Implícita (IAT)*.
- Estadísticas actualizadas sobre prejuicio racial, incidentes de crímenes de odio y perspectivas nacionalistas blancas.
- Muchos nuevos ejemplos de favoritismo en la *discriminación* laboral.
- Nueva información sobre entrenamiento en el *sesgo implícito* de la policía y en el campo político.
- Investigación que muestra a estadounidenses que apoyan roles de género igualitarios en el trabajo al mismo tiempo que siguen creyendo en rasgos diferenciales según el género.
- Nuevo informe sobre el *sexismo hostil* y el *sexismo benevolente*.
- Estudios que muestran que el cuerpo académico prefiere a las candidatas mujeres para los empleos.
- Estadísticas actualizadas sobre la discriminación de género en todo el mundo.
- Estadísticas de 23 países acerca de las actitudes hacia los individuos transgénero, y actitudes mundiales contra los homosexuales.
- Análisis y estadísticas de discriminación laboral contra homosexuales y personas transgénero.
- Estadísticas estadounidenses actualizadas sobre el apoyo al matrimonio entre personas del mismo sexo.
- Estadísticas sobre el acoso a las personas transgénero en las escuelas y a las personas expulsadas de sus hogares familiares.
- Estadísticas estadounidenses actualizadas sobre tasas de suicidio en adolescentes gays, lesbianas y transgénero, con nueva investigación que muestra menos suicidios en estados donde se ha legalizado el matrimonio entre personas del mismo sexo.
- Investigación que muestra cómo aquellos que apoyan firmemente la tolerancia étnica pueden demostrar intolerancia y discriminación hacia aquellos que no concuerdan con ellos.
- Nueva sección sobre el discurso de odio y los crímenes de odio.
- Estudio acerca de la manera en que los medios pueden fortalecer los estereotipos con atención a las descripciones de los musulmanes.
- Ejemplo de investigación sobre una técnica de conversación de puerta en puerta para reducir el prejuicio.
- Adición de estudio de investigación que muestra que los individuos difieren en su *sesgo de raza propia*.

Capítulo 10 Agresión

- Estadísticas actualizadas sobre criminalidad en Estados Unidos.
- Discusión adicional sobre los tiroteos masivos y enfermedad mental en Estados Unidos.
- Análisis de estudios que confirman que el consumo de alcohol se asocia con mayores niveles de agresión, especialmente entre hombres.
- Estadísticas actualizadas sobre delitos violentos y homicidio relacionado con el uso del alcohol en Estados Unidos.
- Nuevos estudios sobre testosterona y agresión.
- Nuevos estudios con ejemplos de *privación relativa*.
- Ejemplos adicionales de señales agresivas relacionadas con el enojo.
- Estadísticas adicionales sobre el número de armas de fuego y homicidios con arma de fuego en Estados Unidos, en comparación con otros países con altos ingresos.
- Informe sobre 130 estudios en 10 países que muestran que las leyes que restringen la venta de armas de fuego producen reducciones en delitos con ese tipo de armas.
- Estudio que muestra que los estados que otorgan el derecho a portar armas experimentan más delitos violentos.
- Investigación que muestra la relación entre ver películas sexualmente explícitas y violentas y la violencia sexual en citas: sobre cómo el uso de pornografía aumenta la probabilidad de que la gente sea sexualmente agresiva.
- Experimento con niños expuestos a una película con clasificación para niños, con presencia o ausencia de armas, y cómo posteriormente jugaron con armas de juguete y con una pistola real, aunque descargada.
- Estadísticas estadounidenses actualizadas sobre la relación entre los videojuegos violentos y la agresión y menos actos prosociales.
- Nuevo ejemplo de la *catarsis* donde los “salones de la ira” se están volviendo populares.
- Investigación que muestra cómo se difunde el comportamiento agresivo en los grupos sociales a través del modelamiento.
- Nuevos ejemplos sobre cómo reducir la agresión.

Capítulo 11 Atracción e intimidad

- Investigación que muestra cómo la *mera exposición* a través de la lectura puede cambiar las actitudes.
- Estudio que muestra que demasiada exposición puede tener un efecto negativo.
- Análisis y ejemplo de investigación sobre los sitios de citas en línea que utilizan la semejanza como base para formar parejas.
- Estudios que muestran cómo el *amor pasional* implica las mismas vías de recompensa en el cerebro que las adicciones a sustancias.
- Investigación que revela que las personas con *apego ansioso* pueden desarrollar un apego ansioso a sus teléfonos inteligentes.
- Estudio que revela cuáles son los motivos de ruptura de la relación para los estudiantes universitarios, donde el elemento subyacente es la *equidad*.
- Nuevo ejemplo de investigación sobre la *confidencia* acerca de las maneras de construir la intimidad a través de hablar de las emociones y puntos de vista.
- Investigación que muestra que las parejas informan mayor satisfacción con la relación cuando el compañero entiende su perspectiva en una discusión.

- Introducción del término de la psicología evolutiva del “módulo de rechazo de la pareja”.

Capítulo 12 Ayuda

- Nuevos ejemplos de investigaciones de la manera en que ayudar a los demás le sirve a una persona para encontrar significado en la vida, mejora el estado de ánimo y la salud física, y estimula el sistema inmunitario.
- Investigación que muestra que las personas con altruismo extraordinario tienen una amígdala más grande que el promedio.
- Estudio que indica que los días soleados promueven más propinas para los taxistas.
- Nuevo ejemplo de la manera en que el altruismo inducido por la empatía puede fomentar el favoritismo, la injusticia y la indiferencia hacia el bien común más amplio, e introducción a la estrategia de Batson de la compasión racional.
- Nuevo análisis sobre aprender a asumir responsabilidad a través de programas de capacitación.
- Investigación que muestra que el rasgo de personalidad de cordialidad/amabilidad es el que mejor predice la disposición a ayudar, y que los rasgos insensibles (psicopatía) predicen menos disposición a ayudar.
- Sección añadida sobre la manera en que el estatus y la clase social afectan en el altruismo.
- Ejemplo adicional de la ayuda y la participación religiosa.
- Ejemplo de una norma dinámica en comparación con una norma estática.

Capítulo 13 Conflicto y pacificación

- Nuevo ejemplo de la emergencia de escasez de agua en Ciudad del Cabo.
- Investigación que muestra que las amenazas (bombas terroristas, pandemias) pueden aumentar la competencia.
- Nueva investigación sobre polarización política en la sección de percepciones de imagen de espejo.
- Estudios recientes que muestran la correlación entre contacto y actitudes positivas.
- Estudio que muestra que destacar las diferencias genéticas entre grupos étnicos contribuye al riesgo de violencia, en tanto que conocer las semejanzas genéticas ayuda a fomentar la paz.
- Investigación que muestra que en un punto muerto, simplemente salir a caminar y experimentar la sincronía de movimientos puede ayudar a engendrar la cooperación.

Capítulo 14 Psicología social en la práctica clínica

- Adición de una encuesta con clínicos profesionales que muestra que ninguno de ellos creyó que su desempeño estuviera por debajo del percentil 50.
- Adición de metaanálisis que muestra que solo hubo una correlación débil entre la confianza de los clínicos en su juicio y su precisión.
- Investigación acerca de que la soledad aumenta en etapas posteriores de la vida, pero que es más dolorosa en términos emocionales en la adultez temprana.
- Estadísticas adicionales sobre la multiplicación de hogares de un solo integrante en Canadá, Australia y Europa, y el nombramiento de un “Ministerio de la soledad” en Gran Bretaña.
- Estudios que revelan que la interacción frente a frente parece ser mejor para aliviar la soledad que la relación virtual.

- Estadísticas sobre la probabilidad de muerte prematura en personas que están socialmente aisladas, que viven solas o están solitarias.
- Estudio longitudinal que revela que las mujeres que viven en vecindarios pobres tuvieron 39% más de probabilidad de morir de cáncer que aquellas en áreas de más altos recursos.
- Estudio que muestra que con la mayor desigualdad de ingresos en Estados Unidos se presentan tasas más altas de muerte por suicidio y cardiopatías; otros estudios muestran que a medida que sigue aumentando la desigualdad de ingresos en ese país, la tasa de mortalidad de los estadounidenses blancos durante la mediana edad aumentó, en tanto que disminuyó en países con menor discrepancia de ingresos.
- Dos estudios que señalan que los adolescentes son más felices cuando tienen encuentros frente a frente con sus amigos, mientras que aquellos que pasaron más tiempo en Facebook se sintieron menos felices.

Capítulo 15 Psicología social en los tribunales

- Estudio que revela que la identificación errónea de testigos confiados ocurre en cerca de tres de cada cuatro casos de personas inocentes exoneradas por evidencia de ADN.
- Nueva investigación sobre testigos infantiles.
- Investigación sobre la mejor precisión de los testigos oculares cuando la policía sigue ciertos procedimientos.
- Investigación que muestra que las técnicas de interrogatorio “mejoradas” son ineficientes.
- Estudio que revela que los jurados simulados perciben que las víctimas de agresión sexual tienen más control sobre su situación.
- Estudio de valoración de los indiciados a través de fotografías pronosticaron qué acusados recibieron la pena de muerte.
- Nuevas estadísticas y mayor análisis sobre la disparidad en las sentencias para varones adultos y menores infractores negros y blancos.

Capítulo 16 Psicología social y futuro sostenible

- Estadísticas actualizadas sobre elevación de temperaturas con nueva cifra de CO_2 atmosférico.
- Estudios que muestran el récord establecido en 2017 para el mayor número de desastres naturales más costosos relacionados con el clima en Estados Unidos, aceleración de inundaciones diarias por mareas en ese país, aumento en las pérdidas de las aseguradoras e incremento en las muertes en todo el mundo debidas a desastres climáticos.
- Estadísticas sobre los puntos de vista de la población estadounidense acerca de los efectos y causas del calentamiento global.
- Nuevo análisis sobre el falso equilibrio periodístico.
- Investigación sobre las experiencias positivas que brindan más felicidad que las compras materiales.
- Ejemplo de desigualdad en vuelos comerciales.
- Análisis de los fenómenos del *nivel de adaptación* y de *comparación social* que sirven para explicar la menor generosidad, compasión y empatía de las personas ricas.

Recursos adicionales

Esta obra cuenta con varios recursos adicionales, los cuales están disponibles para los docentes que adopten esta obra. Si desea más información, consulte a su consultor de McGraw-Hill Education local.

Connect®

Connect® de McGraw-Hill es una plataforma de enseñanza-aprendizaje adaptativo que permite estudiar en el libro y asignar y realizar tareas (en idioma español) con el propósito de que el estudiante ponga a prueba su conocimiento y evalúe su aprendizaje. Se fundamenta en las ciencias del aprendizaje, reconocidas para mejorar los resultados de los estudiantes.

Esta edición incluye un código de acceso a Connect© con el libro impreso con una vigencia de 1 año y redimible solo una vez, el cual puede encontrar en la tercera de forros.

Si desea solo la versión digital de Connect®, se vende por separado, para mayor información consulte a su representante de McGraw-Hill Education local.

Reconocimientos

Aunque en la portada de este libro aparecen solo dos nombres, la verdad es que toda una comunidad de académicos ha hecho sus aportes. Aunque no debería responsabilizarse a ninguno de ellos por lo que hemos escrito, ni tampoco cualquiera de ellos coincide necesariamente con todo lo dicho, sus sugerencias hicieron que este fuera un mejor libro de lo que hubiera sido sin ellos.

Esta nueva edición sigue conservando muchas de las mejorías que aportaron docenas de asesores y revisores, quienes ayudaron con las primeras doce ediciones, y ahora queremos extender nuestro agradecimiento a los estimados colegas que contribuyeron con sus conocimientos y guía para esta nueva edición:

Sarah Angulo, Universidad Estatal de Texas, San Marcos y Round Rock
John Bickford, Universidad de Massachusetts, Amherst
Steve Charman, Universidad Internacional de Florida
Mary Dolan, Universidad Estatal de California, Chico
Steve Ellyson, Universidad Estatal de California, San Bernardino
Donna Garcia, Universidad Estatal de California, San Bernardino
Ethan Gologor, Medgar Evers College, Universidad de la Ciudad de New York
Vincent Granito, Universidad Comunitaria de Lorain County
Jeffery Gray, Universidad del Sur de Charleston
Kerth O'Brien, Universidad Estatal de Portland State
Dylan Selterman, Universidad de Maryland, College Park
David Wilder, Universidad Rutgers, New Brunswick
Brandy Young, Cypress College

El Hope College en Michigan ha dado un maravilloso apoyo a estas ediciones sucesivas. Tanto la gente como el ambiente me ayudaron a convertir la gestación de *Psicología social* en un placer. En el Hope College, el poeta Jack Ridl me ayudó a crear la voz que escuchan en estas páginas. Y Kathryn Brownson hizo la investigación en línea, corrigió y editó el manuscrito y las ilustraciones, ayudó a seleccionar las fotografías y se ocupó del flujo del trabajo.

En la Universidad Estatal de San Diego, algunos colegas, entre los que se incluyen a David Armor, Jeff Bryson, Thierry Devos, David Marx, Radmila Prislin y Dustin Thoman, compartieron su conocimiento sobre la enseñanza de la psicología social. Nuestros amigos en la psicología social y coautores también proveyeron sus discernimientos, incluyendo a W. Keith Campbell, Julie Exline, Benita Jackson, Tim Kasser, Sonja Lyubomirsky y Kathleen Vohs.

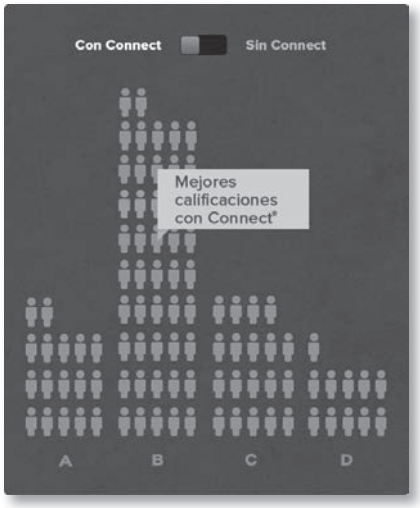
En McGraw-Hill, la gerente en jefe de cartera, Nancy Welcher, concibió esta nueva edición y dio su apoyo al equipo de autores. Dawn Groundwater comisionó y supervisó su creación. Con prontitud y sensibilidad, nuestra editora y desarrolladora de producto, Marion Castelluci, guió, persuadió y editó hábilmente esta nueva edición. Peter de Lissovoy afinó el manuscrito final. Sandy Wille coordinó la transformación de nuestro manuscrito en el libro terminado que usted tiene en sus manos.

Después de escuchar a incontables docenas de personas decir que los suplementos del libro han llevado a su práctica docente a un nuevo nivel, también queremos rendir tributo al finado Martin Bolt (Calvin College) por ser pionero en los recursos ampliados para el instructor con sus incontables actividades de demostración listas para usarse y, luego, a Jon Mueller (North Central College) como autor de los recursos para el instructor para las ediciones octava a décima. Agradecemos a Diane Willard (Universidad comunitaria de Iowa Central) por actualizar y ampliar estos recursos, y a los académicos que contribuyeron a los recursos para el instructor en esta edición. Estamos en deuda con todo este elenco de apoyo. Trabajar con todos ellos ha hecho que la creación de este libro sea una experiencia estimulante y gratificante.

David G. Myers
davidmyers.org

Jean M. Twenge
jeantwenge.com

Mc Graw Hill connect®

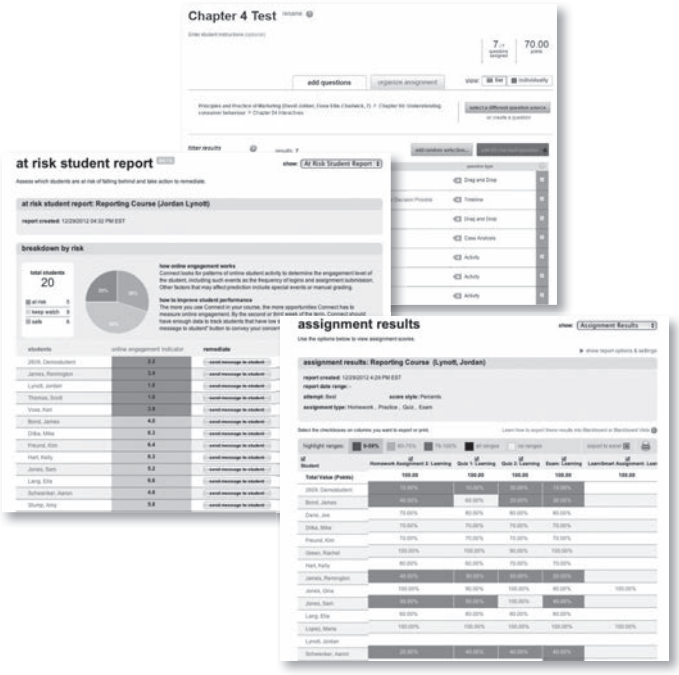


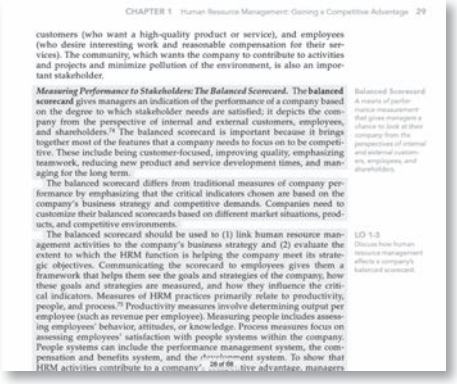
Connect® de McGraw-Hill es una plataforma de enseñanza-aprendizaje adaptativos que permite estudiar en el libro y asignar y realizar tareas (en idioma español) con el propósito de que el estudiante ponga a prueba su conocimiento y evalúe su aprendizaje. Se fundamenta en las ciencias del aprendizaje, reconocidas para mejorar los resultados de los estudiantes.

Se pueden utilizar los materiales proporcionados en la plataforma e incluso agregar contenido propio para diseñar un curso completo que ayude a los estudiantes a lograr mejores resultados.

TAREAS Y APRENDIZAJE ADAPTATIVO

- Las tareas asignadas en Connect® ayudan a los estudiantes a comprender lo que han aprendido por medio de la práctica, de manera que puedan entender mejor los conceptos y pensar críticamente.





customers (who want a high-quality product or service), and employees (who desire interesting work and reasonable compensation for their services). The community, which wants the company to contribute to activities and projects and minimize pollution of the environment, is also an important stakeholder.

Measuring Performance to Stakeholders: The Balanced Scorecard. The **balanced scorecard** gives managers an indication of the performance of a company based on the degree to which stakeholder needs are satisfied; it depicts the company from the perspective of internal and external customers, employees, and shareholders.[78] The balanced scorecard is important because it brings together most of the features that a company needs to focus on to be competitive. These include being customer-focused, improving quality, emphasizing teamwork, reducing new product and service development times, and managing for the long term.

The balanced scorecard differs from traditional measures of company performance by emphasizing that the critical indicators chosen are based on the company's business strategy and competitive demands. Companies need to customize their balanced scorecards based on different market situations, products, and competitive environments.

The balanced scorecard should be used to (1) link human resource management activities to the company's business strategy and (2) evaluate the extent to which the HRM function is helping the company meet its strategic objectives. Communicating the scorecard to employees gives them a framework that helps them see the goals and strategies of the company, how these goals and strategies are measured, and how they influence the critical indicators. Measures of HRM practices primarily relate to productivity, people, and process.[79] Productivity measures involve determining output per employee (such as revenue per employee). Measuring people includes assessing employees' behavior, attitudes, or knowledge. Process measures focus on assessing employees' satisfaction with people systems within the company. People systems can include the performance management system, the compensation and benefits system, and the [illegible]ent system. To show that HRM activities contribute to a company's [illegible]tive advantage, managers

EBOOK

El eBook integrado a Connect® facilita a los estudiantes el acceso al material de lectura, que pueden consultar en su computadora, teléfonos inteligentes y tabletas. Pueden estudiar sobre la marcha y no necesitan conexión a Internet para usar el libro electrónico como referencia, con funcionalidad completa.

¡Conéctate y logra resultados!

PROFESORES

Con Connect®, los profesores obtienen:

- Gestión simple de tareas, dedicando más tiempo a la enseñanza.
- Actividades que se pueden autocalificar.
- Función de filtrado y reporte que permite asignar contenidos que están correlacionados con resultados de aprendizaje, temas, nivel de dificultad y más; así como ejercitarse en actividades individuales, preguntas o categorías. Los informes pueden presentarse por estudiante o para toda la clase.
- Funcionalidades adicionales para que el instructor complemente su curso.

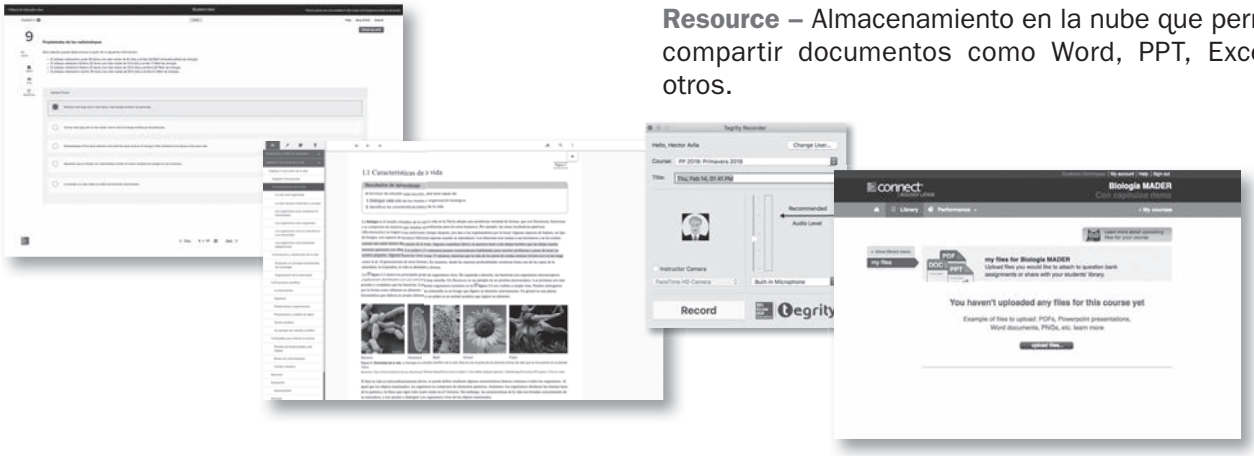
  Question bank – Banco de preguntas en idioma español para repaso y evaluación de conocimientos.

  Tegrity – Aplicación que sirve para grabar audio y video. Con APP para móviles (tablets y teléfonos inteligentes) que permite descargar las lecciones de manera offline.

  Blog – Recurso para promover conversaciones.

  Writing – Herramienta que permite redactar ensayos breves.

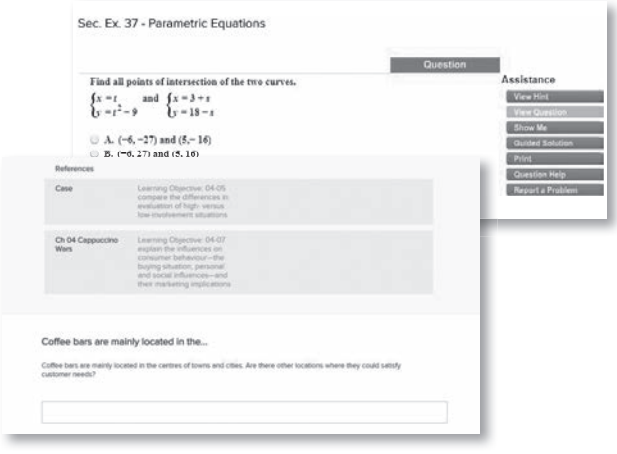
  Resource – Almacenamiento en la nube que permite compartir documentos como Word, PPT, Excel u otros.



ESTUDIANTES

Con McGraw-Hill Connect®, los estudiantes obtienen:

- Contenido asignado.
- Fácil acceso en línea a evaluaciones y pruebas.
- Realimentación inmediata y soporte técnico en inglés las 24 horas del día.
- Funcionalidad de autoestudio.
- Connect® permite la ejercitación del estudiante por cuenta propia.
- Question Bank. Banco de preguntas en idioma español que abarca todos los temas tratados en el libro y con los que el estudiante pone a prueba su aprendizaje y detecta los temas que requieren más estudio.



Introducción a la psicología social

CAPÍTULO

1

©Lifesize/Getty Images

Había una vez un hombre cuya segunda esposa era una mujer vanidosa y egoísta. Las dos hijas de esta mujer eran igualmente vanidosas y egoístas. Sin embargo, la hija del hombre era una muchacha dócil y generosa. Esta hija dulce y amable, que todos conocemos como la Cenicienta, pronto aprendió que debía hacer lo que se le ordenara, aceptar los maltratos e insultos y evitar hacer lo que fuera que eclipsara a sus hermanastras y a su madrastra.

Pero entonces, gracias a su hada madrina, Cenicienta pudo escaparse de su situación por una noche y asistió a un gran baile donde atrajo la atención de un apuesto príncipe. Cuando el príncipe enamorado volvió a toparse con Cenicienta de vuelta en su denigrante hogar, no logró reconocerla.

¿Parece difícil de creer? Este cuento de hadas exige que aceptemos el poder de la situación. En presencia de su opresiva madrastra, Cenicienta se comportaba de forma humilde y poco atractiva. En el baile, Cenicienta se sentía más bella, y caminaba, hablaba y sonreía como si lo fuera. En una situación, se acobardaba. En la otra, era encantadora.

El filósofo y novelista francés, Jean Paul Sartre (1946) no hubiera tenido problema en aceptar la premisa de la Cenicienta. “Los humanos somos, antes que nada, seres en una situación –escribió–. No se nos puede separar de nuestras situaciones ya que nos forman y determinan nuestras posibilidades” (pp. 59-60, paráfrasis).

¿Qué es la psicología social?

¿Cuáles son las ideas principales de la psicología social?

¿Cómo influyen los valores humanos en la psicología social?

Siempre lo supe: ¿la psicología social no es más que sentido común?

Métodos de investigación: ¿cómo se practica la psicología social?

Posdata: por qué escribimos este libro

¿QUÉ ES LA PSICOLOGÍA SOCIAL?

Defina la psicología social y explique lo que hace.

psicología social
El estudio científico de la manera en que las personas piensan unas de otras y de la forma en que se influyen unas sobre otras y se relacionan entre sí.

La **psicología social** es la ciencia que estudia la forma en que las situaciones influyen sobre nosotros, en especial el modo en que las personas se perciben y afectan entre sí. *De manera más precisa, es el estudio científico de cómo las personas piensan unas de otras y de la forma en que se influyen unas sobre otras y se relacionan entre sí* (**figura 1.1**).

La psicología social se encuentra en la frontera entre la psicología y la sociología. A diferencia de la sociología (el estudio de las personas en grupos y sociedades), la psicología social se enfoca más en los individuos y lleva a cabo una mayor experimentación. A diferencia de la psicología de la personalidad, la psicología social se enfoca menos en las diferencias entre individuos y más en la forma en que la gente, en general, percibe y afecta a los demás.

La psicología social es una ciencia joven. Los primeros experimentos en psicología social se reportaron hace poco más de un siglo y los primeros tratados sobre la materia aparecieron alrededor de 1900 (Smith, 2005). Apenas en el decenio de 1930, la psicología social asumió su forma actual. No fue sino hasta la Segunda Guerra Mundial que empezó a surgir como el emocionante campo que es hoy; desde la década de 1970 y en adelante la psicología social empezó a disfrutar de un crecimiento acelerado en Asia; primero en India, después en Hong Kong y Japón y, más recientemente, en China y Taiwán (Haslam y Kashima, 2010).

A lo largo de la presente obra, las fuentes de información se citan entre paréntesis. La fuente en su totalidad se proporciona en la sección de Referencias, disponible en el centro de recursos en línea: www.mhhe.com/latam/myers_ps13e

La psicología social estudia nuestra manera de pensar, influencias y relaciones al plantear preguntas que nos han intrigado a todos. Algunos ejemplos son los siguientes:

- *¿Nuestro comportamiento social depende más de las situaciones a las que nos enfrentamos o de la forma en que las interpretamos?* Nuestros constructos tienen relevancia. Las creencias sociales pueden ser profecías autocumplidas. Por ejemplo, las personas felizmente casadas pueden atribuir el comentario mordaz de su cónyuge ("¿Qué no hay manera de que pongas las cosas donde tienen que ir?") a factores externos ("De seguro tuvo un día difícil"), mientras que las personas con matrimonios infelices atribuirán el mismo comentario al mal carácter ("¡De veras, qué persona tan hostil!"), lo que podría llevar a que respondan con un contraataque. No solo eso, sino que, al esperar la hostilidad de parte de sus cónyuges, es posible que se comporten de manera resentida, con lo que provocarán la hostilidad que esperan.
- *¿La gente puede ser cruel si se le ordena?* ¿Cómo es que la Alemania nazi concibió e implementó la inaceptable matanza de seis millones de judíos? Esos actos malévolos ocurrieron, en parte, porque miles de personas se limitaron a cumplir órdenes. Subieron a los prisioneros a los trenes, los condujeron a "regaderas" y los envenenaron con gas. ¿Cómo es posi-

FIGURA 1.1
La psicología social es...

ble que esa gente haya participado en acciones tan horrendas? ¿Esas personas eran seres humanos normales? Stanley Milgram (1974) se preguntó precisamente eso, de modo que estableció una situación en la que se le ordenaba a las personas administrarle niveles crecientes de choques eléctricos a un individuo al que se le dificultaba aprender una serie de palabras. Casi dos tercios de los participantes acataron las órdenes sin chistar.

- *¿Ayudar o aprovecharse?* Cuando en un día de otoño salieron volando varias bolsas llenas de dinero en efectivo de un camión blindado, quedaron regados más de dos millones de dólares a lo largo de una calle de Columbus, Ohio. Algunos conductores se detuvieron para ayudar y devolvieron alrededor de 100 000 dólares. A juzgar por los casi 1.9 millones de dólares que desaparecieron, muchos otros se detuvieron para aprovecharse de la situación. (¿Usted qué hubiera hecho?) Cuando sucedieron incidentes similares meses después en San Francisco y Toronto, los resultados fueron los mismos: los transeúntes se llevaron la mayoría del dinero (Bowen, 1988). ¿Qué situaciones ocasionan que las personas se comporten de manera servicial o codiciosa? ¿Algunos contextos culturales, quizá aldeas y pueblos pequeños, generan una menor "difusión de la responsabilidad" y mayores comportamientos de ayuda?

Estas preguntas se centran en las maneras en que las personas se perciben y se afectan entre sí. Y eso es justo de lo que trata la psicología social. Los psicólogos sociales estudian actitudes y creencias, conformidad e independencia, amor y odio.

Cansado de mirar las estrellas, el profesor Mueller resuelve dedicarse a la psicología social.

Reimpreso con autorización de Jason Love en www.jasonlove.com

¿CUÁLES SON LAS IDEAS PRINCIPALES DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL?

Identifique y describa los conceptos centrales que subyacen en la psicología social.

En muchos terrenos académicos, los resultados de decenas de miles de estudios, las conclusiones de miles de investigadores y las reflexiones de cientos de teóricos pueden reducirse a algunas cuantas ideas centrales. La biología nos ofrece la selección natural y la adaptación. La sociología se basa en conceptos tales como la estructura social y la organización. La música hace uso de nuestras ideas del ritmo, la melodía y la armonía.

De manera similar, la psicología social se centra en una lista breve de principios fundamentales que valdrá la pena recordar mucho después de que se olviden los detalles. Nuestra lista corta de "ideas fabulosas que jamás deben olvidarse" incluye estas (**figura 1.2**), cada una de las cuales exploraremos con mayor detalle en los capítulos siguientes.

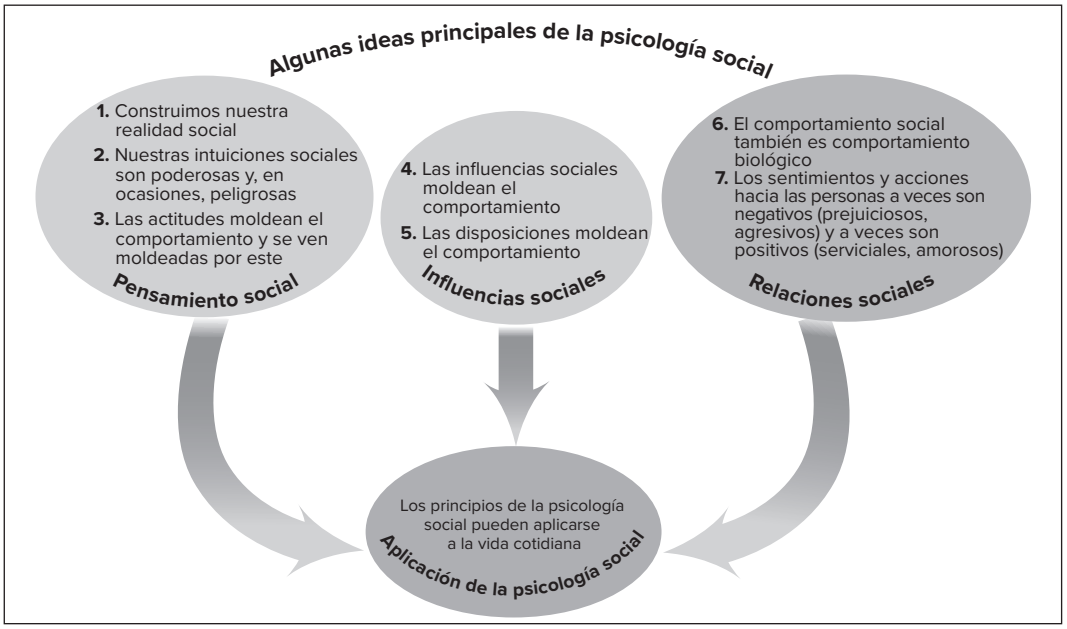


FIGURA 1.2
Algunas ideas principales de la psicología social

CONSTRUIMOS NUESTRA REALIDAD SOCIAL

Las personas tienen la necesidad imperiosa de explicar el comportamiento. Queremos atribuirles causas a las conductas para hacerlas parecer ordenadas, predecibles y controlables. Usted y yo podemos *reaccionar* de forma distinta a una situación porque *pensamos* diferente. La manera en la que reaccionamos al insulto de algún amigo dependerá de si lo atribuimos a su hostilidad o a un mal día.

Un juego de futbol americano entre Princeton y Dartmouth demostró, a las mil maravillas, la forma en que construimos la realidad (Loy y Andrews, 1981). El juego estuvo a la altura de lo que se anunció como un partido de revancha; fue rudo y sucio. A uno de los jugadores estelares de Princeton lo taclearon en masa, quedó bajo un montón de contrincantes y finalmente tuvo que dejar el partido por una fractura de nariz. Se dieron peleas de puñetazos y hubo heridos en ambos equipos. El juego no se ajustó para nada a la imagen de gentileza de la Ivy League.

No mucho tiempo después, dos psicólogos, uno de cada universidad, mostraron videos del juego a los estudiantes de cada institución educativa. Los estudiantes representaron el papel de observadores-científicos y debían anotar cada infracción según sucedía, así como los responsables de estas. Pero no fueron capaces de dejar sus lealtades de lado. Los alumnos de Princeton, por ejemplo, vieron más del doble de infracciones cometidas por los jugadores de Dartmouth que las que vieron los estudiantes de esa misma institución. Un estudio reciente encontró algo similar en cuanto a puntos de vista políticos: las personas en desacuerdo con la perspectiva de manifestantes estuvieron más dispuestas a declarar que estaban "bloqueando el acceso" a un edificio o de que "les gritaban" a quienes entraban en él (Kahan et al., 2012).

La conclusión: existe una realidad objetiva allá afuera, pero siempre la percibiremos a través de la lente de nuestras creencias y valores.

Todos somos científicos intuitivos. Explicamos el comportamiento de las personas, generalmente con la velocidad y precisión suficientes para adecuarse a nuestras necesidades diarias. Cuando el comportamiento de alguna persona es consistente y distintivo, podemos atribuirle tal comportamiento a su personalidad. Por ejemplo, si usted observa que alguien hace comentarios maliciosos en repetidas ocasiones, podrá inferir que tiene muy mal carácter por lo que quizá trate de evitarla.

También importan las creencias que cada quien tiene acerca de sí mismo. ¿Tiene un punto de vista optimista? ¿Considera que está en control de las cosas? ¿Piensa usted que es relativamente superior o inferior? Sus respuestas influirán en sus emociones y acciones. *Importa la manera en que interpretamos el mundo y a nosotros mismos*.

NUESTRAS INTUICIONES SOCIALES A MENUDO SON PODEROSAS Y, EN OCASIONES, PELIGROSAS

Nuestras intuiciones instantáneas moldean nuestros temores (¿es peligroso volar?), impresiones (¿puedo confiar en esa persona?) y relaciones (¿le agrado a esa persona?). Las intuiciones influyen sobre los presidentes en momentos de crisis, los apostadores mientras juegan, los miembros de un jurado que habrá de determinar culpabilidad y los directores de personal que entrevistan a distintos candidatos. Estas intuiciones son comunes y corrientes.

De hecho, la ciencia psicológica revela una mente inconsciente fascinante, una mente intuitiva tras bambalinas, de la que Freud nunca habló. En un grado mayor al que los psicólogos habían pensado hasta hace poco, el pensamiento ocurre en segundo plano, lejos de nuestra vista. Nuestras capacidades intuitivas se han visto reveladas por estudios que se explicarán en capítulos posteriores: "procesamiento automático", "memoria implícita", "heurística", emociones instantáneas y comunicación no verbal. Pensamos en dos niveles: "intuitivo" y "deliberado" (Kruglanski y Gigerenzer, 2011), algunos los llaman "sistema 1" y "sistema 2". Un libro del psicólogo ganador del premio Nobel, Daniel Kahneman (2011), captura esta idea: *lo que hacemos es pensar rápido, y también pensar lento*.

La intuición es importantísima, pero también resulta peligrosa. Por ejemplo, mientras viajamos por la vida, principalmente en piloto automático, juzgamos de manera intuitiva la probabilidad de los sucesos según la facilidad con la que vienen a nuestra mente. Llevamos imágenes mentales de accidentes aéreos. Así, la mayoría de las personas le teme más a volar que a manejar y hay muchas personas dispuestas a conducir distancias considerables con tal de evitar el riesgo que implica surcar los aires. Pero la realidad es que, al comparar recorridos, estamos 86 veces más a salvo en un vuelo comercial que en un auto, según informes del National Safety Council (2017).

Incluso es frecuente que nuestras intuiciones acerca de nosotros mismos sean erróneas. De manera intuitiva, confiamos en nuestros recuerdos más de lo que debiéramos. Malinterpretamos nuestros propios pensamientos; en experimentos, negamos vernos afectados por cosas que sí tienen una influencia sobre nosotros. Predecimos nuestros sentimientos de forma incorrecta; lo mal que nos sentiremos de aquí a un año si perdemos nuestro empleo o se acaba nuestra actual relación romántica y lo bien que nos sentiremos de aquí a un año o, incluso, a una semana de distancia, si nos ganamos la lotería. Y es frecuente que no sepamos predecir nuestro propio futuro. Al seleccionar su ropa, la gente que se está acercando a la mediana edad sigue comprando prendas justas ("Seguramente perderé esos kilitos de más"); es rara la vez que alguien dice, de modo más realista: "Mejor compraré una talla más amplia; las personas de mi edad tienden a aumentar de peso".

Así pues, nuestras intuiciones sociales son notables tanto a causa de sus poderes como a causa de sus peligros. Al identificar los dones y riesgos de nuestras intuiciones, los psicólogos sociales pretenden enriquecer nuestro razonamiento. En la mayoría de las situaciones, los juicios inmediatos "rápidos y económicos" funcionan de maravilla. Pero en otras, en las que importa la precisión, como cuando necesitamos temerle a las cosas adecuadas y utilizar nuestros recursos con prudencia, es mejor que limitemos nuestras intuiciones por medio del pensamiento crítico. *Nuestras intuiciones y el procesamiento inconsciente de información normalmente son poderosos y, a veces, peligrosos*.

LAS INFLUENCIAS SOCIALES MOLDEAN NUESTRO COMPORTAMIENTO

Somos, como lo observó Aristóteles hace tiempo, animales sociales. Hablamos y pensamos en palabras que aprendimos de otros. Añoramos relacionarnos, pertenecer y que se piense bien de nosotros. En un estudio, alumnos de la Universidad de Texas usaron dispositivos de grabación que registraban lo que sucedía en sus vidas cotidianas. Incluso durante la semana laboral, casi 30% del tiempo de los estudiantes estaba dedicado a hablar con otras personas (Mehl y Pennebaker, 2003). Facebook cuenta con dos mil millones de usuarios alrededor del mundo y el adolescente estadounidense promedio de 18 años de edad pasa dos horas al día enviando mensajes de texto (Twenge, 2017). Las relaciones son una parte importante de los seres humanos.

Como criaturas sociales, respondemos a nuestros contextos inmediatos. En ocasiones, el poder de una situación social nos conduce a actuar de manera contraria a las actitudes que expresamos. De hecho, hay ocasiones en que las situaciones malévolas superan las buenas intenciones e inducen a las personas a aceptar falsedades o a actuar de manera cruel. Bajo la influencia nazi, muchas personas decentes se convirtieron en instrumentos del Holocausto. Otras situaciones pueden evocar una enorme generosidad y compasión. Después de los desastres naturales, como los huracanes que golpearon Houston, Florida y Puerto Rico en 2017, es frecuente que las regiones afectadas se vean inundadas de artículos donados y de ofertas de asistencia.

El poder de la situación también aparece en las opiniones dispares sobre las relaciones entre personas del mismo sexo. Díganos si vive en África o en Medio Oriente (donde las personas se oponen mayoritariamente a este tipo de relación) o en Europa occidental, Canadá, Estados Unidos, Australia/Nueva Zelanda (donde la mayoría las apoya) y podremos adivinar cuál es su actitud. Incluso nos sentiremos más confiados de nuestras suposiciones si sabemos su nivel educativo, la edad de sus pares y los medios que mira. Nuestras situaciones importan.

Nuestra cultura ayuda a definir nuestras situaciones. Por ejemplo, nuestros estándares relacionados con la puntualidad, la franqueza y la ropa varían según nuestra cultura.

- El que usted prefiera cuerpos más delgados o voluptuosos dependerá del sitio del mundo y la época en los que vive.
- El que defina la justicia social como igualdad (todos reciben lo mismo) o como equidad (aquellos que ganan más reciben más) dependerá de si su ideología se ha visto moldeada más por el socialismo que por el capitalismo.
- El que sea expresivo o reservado, casual o formal, dependerá, en parte, de su cultura y origen étnico.
- El que se centre principalmente en usted mismo, sus necesidades, deseos y moralidad personal, o en su familia, clan o grupo comunitario dependerá del grado al que sea un producto del individualismo occidental moderno.

La psicóloga social Hazel Markus (2005) lo resume de la siguiente manera: "La gente es, por encima de todo, maleable". Dicho en otras palabras, nos adaptamos a nuestro contexto social. *Nuestras actitudes y comportamiento están moldeados por fuerzas sociales externas.*

NUESTRAS ACTITUDES Y PERSONALIDAD TAMBIÉN MOLDEAN EL COMPORTAMIENTO

Las fuerzas internas también importan. No somos hojas secas pasivas que los vientos sociales empujan acá o allá. Nuestras actitudes internas afectan nuestro comportamiento exterior. Nuestras actitudes políticas influyen en la forma en que votamos. Nuestras actitudes hacia el alcohol influyen en nuestra susceptibilidad a la presión de nuestros compañeros a beber. Nuestras actitudes hacia los pobres influirán en nuestra disposición a ayudarlos (nuestras actitudes también *dependen* de nuestro comportamiento, lo que significa que es frecuente que creamos fervientemente en aquello con lo que nos hemos comprometido o por lo que hemos sufrido).

Los rasgos de personalidad también afectan el comportamiento. Enfrentadas a una misma situación, distintas personas pueden reaccionar de maneras diferentes. Después de años de encarcelamiento como prisionero político, una persona rezuma amargura y busca la venganza. Otra, como Nelson Mandela de Sudáfrica, busca la reconciliación y la unidad con sus enemigos anteriores. *Las actitudes y la personalidad influyen en el comportamiento*.

EL COMPORTAMIENTO SOCIAL TIENE RAÍCES BIOLÓGICAS

neurociencia social
Campo interdisciplinario que explora las bases neurales de los procesos y comportamientos sociales y emocionales, así como la manera en que estos procesos y comportamientos afectan nuestros cerebros y nuestra biología.

La psicología social del siglo XXI nos ofrece discernimientos cada vez más amplios acerca de los fundamentos biológicos de nuestra conducta. Muchos de nuestros comportamientos sociales reflejan una profunda sabiduría biológica.

Cualquiera que haya tomado un curso introductorio a la psicología sabe que la naturaleza y la crianza, en conjunto, forman lo que somos. De la misma forma en que el área de un rectángulo se determina tanto por su largo, como por su ancho, nuestra biología y experiencia nos moldean de manera conjunta. Como nos lo recuerdan los *psicólogos evolutivos*, nuestra naturaleza humana hereditaria nos predispone a comportarnos de formas que ayudaron a nuestros ancestros a sobrevivir y reproducirse. Somos portadores de los genes de aquellos cuyos rasgos les permitieron sobrevivir y reproducirse. Nuestro comportamiento también pretende transferir nuestro ADN hacia el futuro. Así, los psicólogos evolutivos se preguntan la forma en que la selección natural podría moldear nuestras acciones cuando nos citamos y apareamos, cuando nos odiamos y lastimamos, cuando nos cuidamos y compartimos. La naturaleza también nos brinda una enorme capacidad para aprender y adaptarnos a diversos ambientes. Somos sensibles y receptivos a nuestro contexto social.

Si cada evento psicológico (cada pensamiento, cada emoción, cada conducta) es un evento biológico de manera simultánea, también podremos analizar la neurobiología que subyace al comportamiento social. ¿Qué áreas del cerebro hacen posibles nuestras experiencias de amor y desprecio, de ayuda y agresión, de percepción y creencia? ¿Las personas tímidas (contra aquellas más socialmente seguras) reaccionan de manera distinta al ver una cara amistosa? ¿Cómo es que el cerebro, la mente y la conducta funcionan juntos como un solo sistema coordinado? ¿Qué revela el momento de ocurrencia de los eventos cerebrales acerca de la manera en que procesamos la información? Tales son las preguntas que plantea la **neurociencia social** (Cacioppo y Cacioppo, 2013; Cikara y Van Bavel, 2014).

El apoyo social y el amor tienen un impacto tanto sobre la mente como en el cuerpo, lo que ha conducido a que los psicólogos sociales tomen en cuenta los efectos biopsicosociales.
©Cade Martin/UpperCut Images/Getty Images

Los neurocientíficos sociales no reducen los comportamientos sociales complejos, como la ayuda y la agresión, a simples mecanismos neurales o moleculares. Cada ciencia se basa en los principios de ciencias más básicas (la sociología se fundamenta en la psicología, que se basa en la biología, que se apoya en la química, que se basa en la física, que se fundamenta en las matemáticas). Pero cada disciplina también introduce nuevos principios no predichos por las ciencias más básicas (Eisenberg, 2014). Así, a fin de comprender el comportamiento social, debemos tomar en cuenta las influencias tanto debajo de la piel

(biológicas) como entre pieles (sociales). La mente y el cuerpo forman un único gran sistema. Las hormonas afectan la manera en que nos sentimos y actuamos: una dosis de testosterona disminuye la confianza, mientras que una dosis de oxitocina la aumenta (Bos et al., 2010). Sentirnos excluidos eleva la presión arterial. El apoyo social fortalece el sistema inmunitario que lucha en contra de las enfermedades. *Somos organismos biopsicosociales*. Reflejamos la interacción entre las influencias biológicas, psicológicas y sociales. Esa es la razón por la que los psicólogos de hoy estudian la conducta desde estos diferentes niveles de análisis.

LOS PRINCIPIOS DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL PUEDEN APLICARSE A LA VIDA COTIDIANA

La psicología social tiene el potencial de iluminar su vida, de hacer visibles las sutiles influencias que guían la manera en que usted piensa y actúa. También ofrece muchas ideas acerca de cómo hacer que se conozca mejor a usted mismo, de cómo hacer más amigos e influir en las personas y de cómo transformar los puños cerrados en brazos abiertos.

Los expertos también están aplicando los conocimientos obtenidos a través de la psicología social. Los principios del pensamiento social, de la influencia social y de las relaciones sociales tienen implicaciones para la salud y el bienestar de los seres humanos, para los procesos judiciales y las decisiones de los jurados en los tribunales y para influir en un comportamiento que haga posible la existencia de un futuro ambientalmente sustentable para la humanidad.

Como perspectiva única de la existencia humana, la ciencia psicológica no responde las preguntas más esenciales de la vida: ¿cuál es el significado de la vida humana? ¿Cuál debe ser nuestro propósito? ¿Cuál es nuestro destino final? Pero la psicología social sí nos ofrece una metodología para plantear y responder algunas preguntas interesantes y significativas. *La psicología social tiene todo que ver con la vida, su vida: sus creencias, sus actitudes y sus relaciones*.

El resto del presente capítulo nos guiará al interior de la psicología social. Primero consideraremos la manera en que los valores propios de los psicólogos sociales influyen en su labor de formas evidentes y sutiles. Después nos centraremos en la tarea más importante de este primer capítulo: vislumbrar cómo se practica la psicología social. La forma en que los psicólogos sociales buscan explicaciones del pensamiento social, de la influencia social y de las relaciones sociales, así como la forma en que podemos utilizar estas herramientas analíticas para pensar de formas más inteligentes.

A lo largo del libro, cada sección principal finalizará con un breve resumen. Esperamos que estos resúmenes lo ayuden a evaluar qué tan bien aprendió el material de cada sección.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son las ideas principales de la psicología social?

La *psicología social* es el estudio científico de la manera en que las personas piensan unas de otras y de la forma en que se influyen y se relacionan entre sí. Sus temas centrales incluyen los siguientes:

- Cómo interpretamos nuestros mundos sociales.
- Cómo nuestra intuición social nos guía y, en ocasiones, nos engaña.
- Cómo nuestro comportamiento social se ve moldeado por otras personas, por nuestras actitudes y personalidades y por nuestra biología.
- Cómo se aplican los principios de la psicología social a nuestras vidas cotidianas y a diversos otros campos de estudio.

¿CÓMO INFLUYEN LOS VALORES HUMANOS EN LA PSICOLOGÍA SOCIAL?

Identifique las maneras en que los valores inciden en el trabajo de los psicólogos sociales.

La psicología social no se limita a una colección de hallazgos; también se compone de un conjunto de estrategias diseñadas para responder a distintas preguntas. En la ciencia, al igual que en los

Los eventos sociales influyen en los intereses de los psicólogos sociales. En respuesta a los temas sociales de hoy, ¿la migración, el envejecimiento, la desigualdad y la polarización racial serán temas importantes de investigación en la psicología social del futuro?
©Ariel Skelley/Blend Images/Getty Images

tribunales de justicia, las opiniones personales no tienen cabida. Cuando las ideas se someten a juicio, la evidencia es la que determina el veredicto.

¿Pero es posible que los psicólogos sociales sean así de objetivos? Por el mero hecho de ser humanos, ¿es posible que sus *valores* (sus creencias personales acerca de lo que es deseable y de la manera en que se deberían comportar las personas) no incidan en su trabajo? Y en caso de que así suceda, ¿la psicología social puede ser realmente científica?

Existen dos maneras generales en las que los valores inciden en la psicología: la evidente y la más sutil.

FORMAS EVIDENTES EN QUE LOS VALORES INCIDEN EN LA PSICOLOGÍA

Los valores hacen su aparición en el momento en que los psicólogos sociales *eligen sus temas de investigación*. A menudo, estas elecciones reflejan temas de actualidad (Kagan, 2009). No es de sorprender que el estudio del prejuicio haya tenido un florecimiento en la década de 1940, cuando el fascismo inundaba Europa; el decenio de 1950, tiempo de modas equivalentes y de intolerancia a puntos de vista diferentes, nos dio multitud de estudios acerca de la conformidad; la década de 1960, con sus levantamientos sociales y elevaciones en las tasas de delito, inspiró un gran interés por la agresión; el movimiento feminista del decenio de 1970 ayudó a estimular una ola de investigaciones relacionadas con el género y el sexismo; y las décadas más recientes han sido testigos de un aumento en el interés por la cultura, la raza y la orientación sexual. Susan Fiske (2011a) sugiere que podemos esperar a que las investigaciones del futuro reflejen los temas relevantes del hoy y del mañana, incluyendo migración, naturalidad de género, desigualdad de ingresos y envejecimiento.

Los valores influyen en los temas de investigación no solo en diferentes épocas, sino en distintas culturas. En Europa, las personas se enorgullecen de sus nacionalidades. Los escoceses se diferencian por ser más conscientes que los ingleses, y los austriacos que los alemanes, que es un paralelismo similar al de los habitantes del estado de Michigan con los de Ohio. En consecuencia, Europa nos ha dado una importante teoría acerca de la "identidad social". En contraste, los psicólogos sociales de Estados Unidos se han centrado más en los individuos; en la forma en que una persona piensa acerca de otras y en la forma en que se ve influida y se relaciona con ellas (Fiske, 2004; Tajfel, 1981; Turner, 1984). Los psicólogos sociales australianos han tomado teorías y metodologías tanto de Europa como de Norteamérica (Feather, 2005).

Los valores también influyen en el *tipo de personas* que se ven atraídas hacia diversas disciplinas (Campbell, 1975a; Moynihan, 1979). En su universidad, ¿los alumnos que estudian carreras de humanidades (como arte) le parecen distintos de aquellos que se han dedicado a las ciencias naturales (como física)? Por ejemplo, es posible que la psicología social y la sociología atraigan a personas entusiasmadas por desafiar las tradiciones y más inclinadas a moldear el futuro que a preservar el pasado (Prentice, 2012). El estudio de las ciencias sociales también puede enriquecer tales creencias (Dambrun et al., 2009; Inbar y Lammers, 2012). Tales factores explican la razón por la que, cuando el psicólogo Jonathan Haidt (2011) les preguntó a cerca de mil psicólogos sociales en una convención nacional cuáles eran sus tendencias políticas, entre 80 y 90% de ellos levantaron las manos para indicar que eran "liberales". Cuando se pidió a los "conservadores" que levantaran la mano, solo lo hicieron tres personas (pero tenga por seguro que la mayoría de los temas que se tratan en el presente texto, desde "¿Cómo influyen sus actitudes en su comportamiento?" hasta "¿La televisión influye en la conducta agresiva?" no tienen una inclinación partidista).

Por último, los valores evidentemente entran en juego como *objetos* de análisis de la psicología social. Los psicólogos sociales investigan la manera en que los valores se forman, las razones por las que cambian y la forma en que influyen en las actitudes y acciones. No obstante, nada de eso nos indica qué valores son "correctos".

"La ciencia no se limita a describir y explicar la naturaleza; forma parte de la interacción entre la naturaleza y nosotros mismos; describe la naturaleza revelada según nuestros métodos de interrogación".

—Werner Heisenberg, *Física y filosofía,* 1958

FORMAS NO TAN EVIDENTES EN QUE LOS VALORES INCIDEN EN LA PSICOLOGÍA

Es más difícil reconocer las maneras sutiles en que los valores pueden pasar por verdades objetivas. Considere tres formas no tan evidentes en que los valores inciden en la psicología.

Los valores subjetivos de la ciencia

Los científicos y filósofos concuerdan: la ciencia no es puramente objetiva. Los científicos no se limitan a leer el libro de la naturaleza. Más bien, la interpretan por medio del uso de sus categorías mentales. Las cifras no hablan por sí mismas; nosotros las interpretamos.

También en nuestras vidas cotidianas vemos al mundo a través de la lente de nuestras preconcepciones. El que usted considere que una luz que se mueve por el cielo sea o no un platillo volador dependerá de sus percepciones. Mientras lee estas palabras, seguramente no se ha dado cuenta de que también ha estado observando su nariz. Su mente está bloqueando algo que está en su conciencia, a menos que se encuentre predispuesto a percibirlo. Esta tendencia a prejuzgar la realidad con base en nuestras expectativas es un hecho fundamental de la mente humana.

Debido a que los investigadores de cualquier área dada a menudo comparten un punto de vista y provienen de la misma **cultura**, es posible que sus suposiciones no se sometan a juicio. Las creencias que damos por sentado, que se conocen como **representaciones sociales** (Moscovici, 1988, 2001; Rateau et al., 2012), con frecuencia son nuestras convicciones más importantes, pero menos cuestionadas. No obstante, habrá ocasiones en que alguien ajeno a nosotros atraiga la atención a estas suposiciones. Durante el decenio de 1980, las feministas y los marxistas expusieron algunas de las suposiciones no examinadas de la psicología social. Las feministas lograron destacar diversos prejuicios sutiles; por ejemplo, el conservadurismo político de algunos científicos que favorecían una interpretación biológica de las diferencias de género en el comportamiento social (Unger, 1985). Los críticos marxistas hicieron notar sesgos competitivos e individualistas; por ejemplo, suponer que la conformidad es mala y que las recompensas individuales son buenas. Por supuesto, tanto los marxistas como las feministas cuentan con suposiciones propias, como les gusta señalar a los críticos de la corrección política académica. Por ejemplo, el psicólogo social Lee Jussim (2005, 2012) argumenta que los psicólogos sociales progresistas a veces discriminan de manera sutil en contra de las perspectivas conservadoras, como al negar que existan diferencias grupales o al suponer que los estereotipos de las diferencias entre grupos jamás se basan en la realidad.

En el capítulo de "Creencias y juicios sociales" discutiremos más formas en las que nuestras preconcepciones orientan nuestras interpretaciones. Como nos lo recuerdan esos fanáticos del futbol de Princeton y Dartmouth, lo que dirige nuestro comportamiento es menos "la situación como es" que "la situación como la interpretamos".

cultura
Los comportamientos, ideas, actitudes y tradiciones perdurables que comparte un grupo numeroso de personas y que se transmiten de una generación a la siguiente.

representaciones sociales
Ideas y valores ampliamente sostenidos por una sociedad, incluso suposiciones e ideologías culturales. Nuestras representaciones sociales nos ayudan a darle sentido a nuestro mundo.

Los conceptos psicológicos contienen valores ocultos

Implícito en nuestra comprensión de que la psicología no es objetiva se encuentra el reconocimiento de que los propios valores de los psicólogos pueden representar un papel importante en algunas de las teorías y juicios que sostienen. Los psicólogos pueden referirse a las personas como maduras e inmaduras, como adaptadas o desadaptadas, o como mentalmente sanas o enfermas. Quizá hablen como si estuvieran afirmando un hecho, pero en realidad están emitiendo un *juicio de valor*. A continuación, algunos ejemplos.

DEFINICIÓN DE LA VIDA BUENA Los valores influyen en nuestras ideas sobre la mejor manera de vivir. El psicólogo de la personalidad, Abraham Maslow, por ejemplo, era conocido por sus descripciones sensibles de personas autorrealizadas; personas que una vez que habían satisfecho sus necesidades de supervivencia, seguridad, pertenencia y autoestima, podían seguir delante para satisfacer su potencial humano. Entre otros individuos, describió a Thomas Jefferson, Abraham Lincoln y Eleanor Roosevelt. Pocos lectores notaron que Maslow, guiado por sus propios valores, había seleccionado a esta muestra de personas autorrealizadas por sí mismas. La descripción de las personalidades autorrealizadas (como espontáneas, autónomas, místicas y así sucesivamente) era un reflejo de los valores personales de Maslow. Si se hubiese basado en los héroes de alguna otra persona (como Napoleón, Alejandro *el Grande* o John D. Rockefeller, por mencionar algunos) su descripción resultante de la autorrealización podría haber sido distinta (Smith, 1978).

Los valores ocultos (y los no tan ocultos) inciden sobre la asesoría psicológica. Permean los libros de psicología popular que ofrecen consejos para la vida y el amor.
Cortesía de Kathryn Brownson

ASESORÍA PROFESIONAL La asesoría psicológica también refleja los valores personales de quien la ofrece. Cuando los profesionales de la salud mental nos aconsejan cómo llevarnos con nuestros cónyuges o compañeros de trabajo, cuando los expertos en crianza infantil nos dicen cómo educar a nuestros hijos o cuando algunos psicólogos plantean que debemos vivir sin preocuparnos de las expectativas de los demás, están expresando sus valores personales (en las culturas occidentales, estos valores por lo general son individualistas; alentando lo que parece mejor para "mí". Las culturas no occidentales alientan más aquello que es mejor para "nosotros"). Al no percatarse de tales valores ocultos, muchas personas se someten al punto de vista del profesional. Pero los psicólogos profesionales no pueden responder a preguntas sobre la obligación moral definitiva, el propósito y la dirección, ni acerca del significado de la vida.

FORMACIÓN DE CONCEPTOS Los valores ocultos incluso inciden en los *conceptos psicológicos basados en investigaciones*. Imagine que acaba de responder una prueba de personalidad y que el psicólogo, después de analizar sus resultados, le dice: "Tuvo altas puntuaciones en autoestima y bajos puntajes en ansiedad. Y tiene una sorprendente fortaleza del yo". "Ah —pensará usted—, ya lo sospechaba, pero qué bien se siente que me lo confirmen". Ahora, otro psicólogo le aplica una prueba diferente en la que usted responde algunas preguntas similares. Después, el psicólogo le informa que en apariencia estuvo a la defensiva porque obtuvo puntuaciones elevadas en "afrontamiento represivo". "¿Cómo puede ser? —se pregunta usted—, si el otro psicólogo dijo cosas tan positivas acerca de mí". En realidad, las etiquetas que utilizaron ambos psicólogos están describiendo el mismo conjunto de respuestas; una tendencia a creer cosas agradables de uno mismo al tiempo que no se reconocen los problemas. ¿Cómo llamarlo: alta autoestima o actitud defensiva? La etiqueta refleja el juicio.

ETIQUETADO Así pues, es frecuente que haya juicios de valor ocultos en el lenguaje psicológico; pero también sucede en el lenguaje cotidiano:

- El que etiquetemos a un niño silencioso como "tímido" o "cauto", como "restringido" o como "observador" implica un juico.
- El que etiquetemos a alguien enfrascado en una guerra de guerrillas como "terrorista" o "revolucionario" dependerá de nuestro punto de vista acerca del conflicto.
- El que percibamos las muertes entre la población civil como "una pérdida de vidas inocentes" o como "daño colateral" afectará nuestra aceptación de las cifras de muerte.
- El que digamos que cierta información es "propaganda" o "educación" dependerá de nuestras opiniones.
- Si llamamos "asistencialismo" o "ayuda para los necesitados" a la asistencia pública refleja nuestros puntos de vista políticos.
- Cuando "ellos" enarbolan a sus países o a su gente, es nacionalismo; cuando lo hacemos "nosotros", es patriotismo.
- El que alguien implicado en una relación extramarital esté en un "matrimonio abierto" o sea "adúltero" dependerá de nuestros valores personales.
- El "lavado de cerebro" es la influencia social que no aprobamos.
- "Perversiones" son actos sexuales que nosotros no practicamos.

Como lo indican estos ejemplos, hay valores ocultos en nuestras definiciones culturales de lo que es la salud mental, en los consejos psicológicos para la vida, en nuestros conceptos y en nuestras clasificaciones psicológicas. A lo largo del presente libro, llamaremos su atención sobre ejemplos adicionales de valores ocultos. Estos valores implícitos no son necesariamente malos, pero la interpretación científica es una actividad humana. Por ello resulta inevitable que las creencias y valores anteriores tengan una influencia sobre lo que los psicólogos sociales piensan o escriben.

¿Debemos descartar la ciencia porque tiene una faceta subjetiva? Todo lo contrario: darnos cuenta de que el pensamiento humano siempre implica una interpretación es precisamente la razón por la que necesitamos investigadores con distintos sesgos que lleven a cabo análisis científicos, así como la razón por la que necesitamos análisis científicos en lugar de una observación personal limitada en primera instancia. La contrastación constante entre nuestras creencias y los hechos es la forma en que podemos limitar dichos sesgos. La observación y experimentación sistemáticas nos ayudan a limpiar el lente a través del cual vemos la realidad.

EN RESUMEN: ¿De qué manera influyen los valores humanos en la psicología social?

- Los valores de los psicólogos sociales inciden en su trabajo de maneras evidentes, como su elección de temas de investigación y el tipo de persona que se ve atraída hacia diversos campos de estudio.
- También lo hacen de maneras más sutiles, como en las suposiciones ocultas en la formación de conceptos, en la elección de etiquetas y al dar asesoría.
- Esta incidencia de los valores en la ciencia no es razón para encontrar defectos en la psicología social ni en ninguna otra ciencia. El pensamiento humano rara vez es imparcial; tal es la razón precisa por la que necesitamos de una observación y experimentación sistemáticas a fin de contrastar nuestras ideas más preciadas contra la realidad.

SIEMPRE LO SUPE: ¿LA PSICOLOGÍA SOCIAL NO ES MÁS QUE SENTIDO COMÚN?

Explore la manera en que las teorías de la psicología social ofrecen nuevos discernimientos relacionados con la condición humana.

Todos los fenómenos de la psicología social se encuentran a nuestro alrededor; así, muchas de las conclusiones que se presenten en este libro ya se le habrán ocurrido a usted. Constantemente observamos a personas que piensan, influyen y se relacionan entre sí. Vale la pena discernir lo que predicen las expresiones faciales, averiguar la mejor manera de hacer que alguien más haga algo, o saber si debemos considerar a alguien como amigo o enemigo. Por siglos, los filósofos, novelistas y poetas han observado el comportamiento social y han comentado al respecto.

¿Esto significa que la psicología social no es más que sentido común expresado en palabras elegantes? La psicología social se ha enfrentado a dos críticas contradictorias: primero, que es trivial porque documenta lo evidente; segundo, que es peligrosa porque sus hallazgos pueden utilizarse para manipular a la gente.

Exploraremos esa segunda crítica en el capítulo de "Persuasión", pero aquí haremos un análisis de la primera objeción.

¿Acaso la psicología social y otras ciencias sociales se limitan a formalizar lo que cualquier aficionado ya sabe de manera intuitiva? El escritor estadounidense Cullen Murphy (1990) defiende ese punto de vista: "Día tras día los científicos salen al mundo. Día tras día descubren que el comportamiento de la gente se ajusta de manera considerable a lo que cualquiera podría esperar". Casi medio siglo antes, el historiador Arthur Schlesinger, Jr. (1949) reaccionó con desdén similar a los estudios que los científicos sociales llevaron a cabo con soldados de la Segunda Guerra Mundial. El sociólogo Paul Lazarsfeld (1949) examinó dichos estudios y ofreció una muestra de ellos, con algunos comentarios al respecto:

1. Los soldados con mejor educación se adaptaron con menor facilidad que los soldados menos educados (los intelectuales estaban menos preparados para el estrés de la batalla que los que tenían experiencia de calle).
2. Los soldados originarios del sur de Estados Unidos se adaptaron mejor al caluroso clima de las islas del Sur que los soldados del norte de Estados Unidos (los sureños están más acostumbrados al clima caluroso).
3. Los soldados blancos de rangos bajos estaban más ansiosos por el hecho de que los ascendieran que los soldados negros de rangos bajos (los años de opresión tienen un efecto sobre la motivación al logro).
4. Los negros sureños prefirieron a los oficiales blancos sureños que a los oficiales blancos del norte (los oficiales blancos del sur tenían más experiencia y habilidades para relacionarse con las tropas negras).

Al leer tales hallazgos, ¿le pareció que básicamente eran cuestión de sentido común? De ser así, quizá le sorprenda enterarse de que Lazarsfeld concluiría diciendo: *"De hecho, cada una de estas afirmaciones es exactamente lo contrario a lo que se halló"*. En la realidad, los estudios encontraron que los soldados menos educados se adaptaron de forma más deficiente. Los sureños no estuvieron en mayores posibilidades que los norteños de aclimatarse al calor tropical. Los negros estaban más ansiosos que los blancos por el hecho de que los ascendieran y así sucesivamente. "Si hubiésemos mencionado los resultados verdaderos de la investigación en primera instancia [como lo experimentó Schlesinger], el lector también hubiera tildado los resultados como obvios".

Uno de los problemas del sentido común es que lo invocamos una vez que conocemos los hechos. Los sucesos son mucho más evidentes y predecibles en retrospectiva que por anticipado. Cuando las personas se enteran del desenlace de un experimento, el resultado repentinamente parece poco sorprendente; mucho menos sorprendente de lo que es para las personas a las que simplemente se les informa del procedimiento experimental y los resultados potenciales (Slovic y Fischhoff, 1977). Después de más de 800 investigaciones de esta tendencia a reestructurar nuestras expectativas anteriores, el **sesgo retrospectivo** (que también se conoce como *fenómeno de "siempre lo supe"*), se ha convertido en uno de los fenómenos mejor establecidos de la psicología (Roese y Vohs, 2012).

sesgo retrospectivo
Tendencia a exagerar, después de averiguar un resultado, la capacidad propia de haber predicho la manera en que sucedió. También se conoce como *fenómeno de "siempre lo supe"*.

Del mismo modo, en la vida cotidiana es frecuente que no esperemos que algo suceda hasta que ocurre. *Entonces*, repentinamente, podemos ver con claridad las fuerzas que ocasionaron el evento y dejamos de sentirnos sorprendidos. No solo eso, sino que también es posible que recordemos nuestro punto de vista anterior de manera incorrecta (Blank et al., 2008; Nestler et al., 2010). Los errores al juzgar la predictibilidad del futuro y al recordar nuestro pasado se combinan para crear el sesgo retrospectivo.

De esta manera, después de elecciones o de cambios en el mercado bursátil, la mayoría de los comentaristas conciben los sucesos como poco sorprendentes. "El mercado estaba listo para una corrección", "El 2016 fue una 'elección de cambio', de modo que hace sentido que haya ganado Donald Trump". Como lo planteó el filósofo-teólogo danés, Søren Kierkegaard: "La vida se vive hacia adelante, pero se comprende hacia atrás".

Si el sesgo retrospectivo es omnipresente, es más que posible que usted sienta que ya conocía este fenómeno. De hecho, casi cualquier resultado concebible de un experimento psicológico puede parecer sensato *después* de enterarse de él.

Puede demostrar el fenómeno usted mismo. Tome a un grupo de personas y revélele a la mitad un hallazgo psicológico y dele el resultado contrario a la otra mitad. Por ejemplo, dígales lo siguiente a las dos mitades:

> Los psicólogos sociales han encontrado que, sea en el caso de elegir amigos o en el caso de enamorarnos, nos sentimos más atraídos hacia personas cuyos rasgos son distintos de los nuestros. Parece haber mucha sabiduría en la vieja máxima de: "Los opuestos se atraen".

A la otra mitad, dígale:

> Los psicólogos sociales han encontrado que, sea en el caso de elegir amigos o en el caso de enamorarnos, nos sentimos más atraídos hacia personas cuyos rasgos son semejantes a los nuestros. Parece haber mucha sabiduría en la vieja máxima de "Dios los cría y ellos se juntan".

Primero, pídales a las personas que le expliquen el resultado. Después pregúnteles si les parece "sorprendente" o "poco sorprendente". Casi todos hallarán una buena explicación para cualquiera de los resultados que les haya tocado y dirán que les parece "poco sorprendente".

De hecho, podemos hacer uso de nuestro cúmulo de dichos para hacer que casi cualquier resultado tenga sentido. Si un psicólogo social informa que las separaciones intensifican la atracción romántica, Juan Pueblo responderá: "¿Y por eso les

Si escucha que las personas semejantes se sienten atraídas entre sí ("Dios los cría y ellos se juntan") podrá parecerle algo de sentido común, pero lo mismo le parecerá la idea contraria de "los opuestos se atraen".
©kiuikson/Shutterstock

pagan? Cualquiera sabe que 'la ausencia es al amor lo que el aire al fuego'". Si el caso fuera que la separación *disminuye* la atracción, Juan dirá: "Mi abuelita les pudo haber dicho lo mismo... 'Ojos que no ven, corazón que no siente'".

Karl Teigen (1986) debe haberse reído un poco cuando les pidió a sus alumnos de la Universidad de Leicester que valoraran proverbios reales y sus opuestos. Al darles el proverbio: "El temor es más fuerte que el amor", la mayoría consideró que era cierto. Pero lo mismo sucedió con los alumnos a los que se les dio la forma contraria, "El amor es más fuerte que el temor". De la misma manera, el proverbio genuino: "En el país de los ciegos, el tuerto es rey" obtuvo valoraciones elevadas; pero lo mismo sucedió en el caso de "En el país de los tuertos el ciego es rey". No obstante, nuestros favoritos fueron los dos proverbios altamente valorados: "Los sabios crean proverbios y los tontos los repiten" (auténtico) y su contraparte ficticia, "Los tontos crean proverbios y los sabios los repiten". Para más proverbios en duelo, vea la viñeta: "Enfoque: siempre lo supe".

El sesgo retrospectivo representa un problema para muchos estudiantes de psicología. En ocasiones, los resultados son verdaderamente sorprendentes (por ejemplo, que los medallistas olímpicos de *bronce* se alegran más de sus logros que aquellos que reciben medallas de plata). Pero es más frecuente que cuando usted lea los resultados de los experimentos en sus libros de texto, el material le parezca fácil, incluso evidente. Si después toma una prueba de opción múltiple en la que debe elegir entre varias opciones lógicas, la tarea puede volverse sorprendentemente difícil. "No sé lo que me pasó —dice después el confuso estudiante— ¡me sabía el material a la perfección!".

El fenómeno de "siempre lo supe" puede tener consecuencias desafortunadas. Conduce a la arrogancia, a una sobreestimación de los propios poderes intelectuales. Además, debido a que los resultados dan la apariencia de haber sido predecibles, estamos en mayores probabilidades de culpar a aquellos que toman decisiones por lo que en retrospectiva parecerían ser elecciones desastrosas evidentes que de elogiarlos por decisiones correctas que también parecen ser obvias.

Después del ataque terrorista del 11 de septiembre y mirando hacia atrás, las señales que apuntaban al desastre por venir parecían evidentes. Un reporte de investigación del Senado de Estados Unidos registró las pistas pasadas por alto o malinterpretadas (Gladwell, 2003): la CIA sabía que había operadores de Al Qaeda que habían ingresado al territorio estadounidense. Un agente del FBI envió un memorando a las oficinas centrales donde advertía "al Buró y al gobierno de Nueva York de la posibilidad de un esfuerzo concertado por parte de Osama bin Laden de enviar estudiantes a territorio estadounidense para que asistan a escuelas y universidades de aviación civil". El FBI ignoró la advertencia precisa y no logró relacionarla con otros informes que indicaban que los terroristas estaban planeando utilizar aviones como armas. A diario, el presidente recibía un informe titulado: "Osama bin Laden determinado a atacar dentro de EUA", pero eligió permanecer de vacaciones. "¡Esos idiotas! —pensaron los críticos víctimas del sesgo retrospectivo—. "¿Por qué diablos no se dieron cuenta de lo que estaba pasando?".

Pero lo que nos parece evidente en retrospectiva rara vez resulta claro del otro lado de la historia. La comunidad de inteligencia se ve inundada de ruido, con pequeños trozos de información útil enterrados en montones de información que no sirve para nada. De esta forma, los analistas deben decidir qué seguir y solo cuando se sigue una pista tiene cualquier posibilidad de que se le relacione con alguna otra. En los seis años anteriores al 11 de septiembre, la unidad de contraterrorismo del FBI jamás podría haber seguido las 68 000 pistas que quedaron sin investigar. Al ver atrás, las pocas que resultaron de utilidad parecen ahora más que evidentes.

No solo culpamos a los demás, sino también a nosotros mismos por cometer "errores estúpidos", quizá por no haber manejado mejor a alguna persona o situación. Al mirar atrás, vemos cómo pudimos haberla manejado. "Debí saber lo ocupada que estaría al final del semestre y haber iniciado el reporte con más tiempo". "Debí haberme dado cuenta antes de que el tipo era un reverendo idiota". Pero hay ocasiones en que nos juzgamos con demasiada dureza. Se nos olvida que lo que parece más que evidente *ahora* no era ni con mucho tan obvio entonces.

"Resulta fácil ser sabio después del suceso".

—Sherlock Holmes en la historia de "El problema del puente de Thor" de Arthur Conan Doyle, 1922

En ocasiones, a los médicos a los que se les señalan tanto los síntomas como la causa de muerte de un paciente (determinada por medio de autopsia) se les dificulta imaginar cómo pudo haberse hecho un diagnóstico incorrecto. Otros médicos a los que solo se les proporcionan los síntomas, no les parece tan evidente el diagnóstico (Dawson et al., 1988). ¿Los miembros de un jurado tendrían mayores reparos en suponer que hubo negligencia si se les obligara a tomar una perspectiva anticipada más que retrospectiva?

Enfoque

Siempre lo supe

Cullen Murphy (1990), entonces editor general del *Atlantic*, criticaba a "la sociología, la psicología y otras ciencias sociales por limitarse a discernir lo evidente o conformar lo ordinario con demasiada frecuencia". Su propia revisión casual de los hallazgos de las ciencias sociales "no arrojó idea o conclusión alguna que no pudiera encontrarse en el *Bartlett* o cualquier otra enciclopedia de citas". No obstante, para discriminar entre dichos contrarios, necesitamos investigarlos. Considere algunos dichos que se contradicen entre sí:

¿Es más cierto que...?

Debes mantener la cabeza en el juego.
Demasiadas cocineras estropean el caldo.
La pluma es más poderosa que la espada.
Perro viejo no aprende trucos nuevos.
La sangre es más espesa que el agua.
Camarón que se duerme, se lo lleva la corriente.
Hombre prevenido vale por dos.

¿O que...?

A Dios rogando y con el mazo dando.
Dos cabezas piensan más que una.
Obras son amores y no buenas razones.
Nunca se deja de aprender.
Candil de la calle, oscuridad de su casa.
Más vale pájaro en mano que cientos volando.
No cruces el puente antes de llegar a él.

"Todo lo importante ya se ha dicho antes".

—El filósofo Alfred North Whitehead, en su discurso ante la Sociedad Británica para el Avance de las Ciencias, 1916

¿Podemos concluir que el sentido común normalmente está errado? En ocasiones es así, pero hay otras veces en que la sabiduría popular está en lo correcto o bien que se aplica a ambos lados de la moneda. ¿La felicidad proviene de saber la verdad o de preservar las ilusiones? ¿De estar con otros o de vivir en pacífica soledad? Las opiniones abundan. Sin importar lo que encontremos, habrá alguien que ya lo había predicho (Mark Twain bromeaba que el Adán bíblico era la única persona que, cuando decía algo, tenía por seguro que nadie lo había dicho antes). ¿Pero cuáles de las diversas ideas contrarias son las que mejor se adecuan a la realidad? La investigación puede especificar las circunstancias bajo las cuales es válida una verdad evidente de sentido común.

El punto no es que el sentido común sea erróneo en términos de predicciones. Más bien, el sentido común normalmente es correcto ya *pasados los hechos*. Así, es fácil que nos engañemos a nosotros mismos y que pensemos que sabemos y que sabíamos más de lo que sabemos y sabíamos. Y esa es precisamente la razón por la que necesitamos que la ciencia nos ayude a discriminar entre realidad e ilusión y entre las predicciones genuinas y la retrospección facilona.

EN RESUMEN: Siempre lo supe: ¿la psicología social no es más que sentido común?

- Se critica a la psicología social por ser trivial debido a que documenta fenómenos que parecerían evidentes.
- No obstante, algunos experimentos revelan que los desenlaces son más evidentes *después* de que se averiguan los hechos.
- El *sesgo retrospectivo* (el *fenómeno de "siempre lo supe"*) a menudo hace que las personas se sientan demasiado confiadas en la validez de sus juicios y predicciones.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN: ¿CÓMO SE PRACTICA LA PSICOLOGÍA SOCIAL?

Examine los métodos que hacen que la psicología social sea una ciencia.

Hemos considerado algunas de las preguntas interesantes que la psicología social busca responder. También hemos visto cómo es que los procesos subjetivos, a menudo inconscientes, influyen en la

labor de la psicología social. Ahora, tomemos en cuenta cómo realizan los psicólogos sociales sus investigaciones.

"Nada tiene tanto poder para ampliar la mente como la capacidad para investigar, de manera sistemática y certera, todo cuanto caiga bajo su observación a lo largo de su vida".

—Marco Aurelio, 161-180 d. C., *Meditaciones*

FORMULACIÓN Y CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Como psicólogos sociales, lidiamos con la naturaleza humana para descubrir sus secretos mediante la organización de nuestras ideas y hallazgos en teorías. Una **teoría** es un *conjunto integrado de principios que explica y predice los eventos observados*. Las teorías son una especie de clave científica.

teoría
Conjunto integrado de principios que explica y predice los eventos observados.

En el lenguaje cotidiano, es frecuente que "teoría" signifique "menos que un hecho"; una especie de escalón intermedio entre la suposición, la teoría y los hechos. Así, muchas personas pueden menospreciar la teoría de la evolución de Charles Darwin diciendo que es "solo una teoría". De hecho, como lo señala Alan Leshner (2005), presidente de la American Association for the Advancement of Science: "La evolución es solo una teoría, pero también lo es la gravedad". A menudo, las personas responderán que la gravedad es un hecho, pero el *hecho* es que sus llaves caerán al piso si las deja caer. La gravedad es la explicación teórica de tales hechos observados.

Para los científicos, hechos y teorías son como peras y manzanas. Los hechos son afirmaciones convenidas acerca de lo que observamos. Las teorías son las *ideas* que resumen y explican los hechos. "La ciencia se construye con hechos, de la misma manera en que una casa se construye de piedras —escribió el científico francés, Jules Henri Poincaré—, pero una colección de hechos no es ciencia, de la misma manera en que un montón de piedras no es una casa".

Las teorías no solo resumen, sino que también implican predicciones que pueden someterse a prueba o contrastación y que se denominan **hipótesis**. Las hipótesis tienen diversas funciones. Primero, nos permiten comprobar una teoría al sugerir las formas en que podría falsearse. Segundo, estas predicciones ofrecen una *dirección* para la investigación y, en ocasiones, motivan a los investigadores a tratar de averiguar cosas que quizá jamás hubieran considerado. Tercero, la característica predictiva de las buenas teorías también puede hacerlas *prácticas*. Por ejemplo, una teoría completa acerca de la agresión predeciría cuándo esperarla y cómo controlarla. Como lo declaró uno de los pioneros en psicología social, Kurt Lewin: "No hay nada más práctico que una buena teoría".

hipótesis
Propuesta comprobable que describe la relación que puede existir entre eventos.

Considere la forma en que esto funciona. Suponga que observamos que las personas que saquean propiedades o que atacan a otras personas, frecuentemente lo hacen en grupos o muchedumbres. De allí, podríamos teorizar que formar parte de una muchedumbre o grupo hace que los individuos se sientan anónimos y reduce sus inhibiciones. ¿Cómo podríamos verificar esta hipótesis? Tal vez pudiéramos pedirles a los individuos en grupos que le aplicaran choques eléctricos como castigo a una víctima desafortunada que no sabría quién, de hecho, le aplicó tales castigos. Como lo predice nuestra teoría, ¿estos individuos aplicarían choques eléctricos más fuertes que algún individuo que actuara solo?

También podríamos manipular el anonimato: ¿las personas aplicarían choques más poderosos si utilizaran máscaras? Si los resultados confirmaran nuestra hipótesis, podrían sugerir algunas aplicaciones prácticas. Quizá podría reducirse la brutalidad policiaca al pedirles a los oficiales que utilizaran grandes placas con sus nombres y que condujeran patrullas identificadas con números de gran tamaño, o quizá grabando videos de sus arrestos. De hecho, todas estas medidas se han vuelto comunes en diversas ciudades.

¿Pero cómo concluimos que una teoría es mejor que otra? Una buena teoría

- *resume diversas observaciones* de manera eficaz y
- *hace predicciones claras* que podemos utilizar para
  - confirmar o modificar la teoría,
  - generar nuevas investigaciones y
  - sugerir aplicaciones prácticas.

Cuando desechamos alguna teoría, no suele ser porque se haya comprobado que era falsa. Más bien, como en el caso de los autos viejos, se ven reemplazadas por modelos más nuevos y mejores.

El tema que más le fascina a los humanos es el de las personas.

©Warren Miller. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

MUESTREO Y FORMULACIÓN DE PREGUNTAS

Ahora, vayamos entre bastidores para ver cómo se practica la psicología social. Esta mirada tras bambalinas debería ayudarlo a comprender los hallazgos que discutiremos

más adelante. Comprender la lógica de las investigaciones también le puede ayudar a pensar de manera crítica acerca de sucesos sociales cotidianos y comprender de mejor manera los estudios que vea que se discuten en los medios. En la presente sección consideraremos dos temas: quién participa en las investigaciones y qué preguntas les hacemos.

Muestreo: elección de participantes

Una de las primeras decisiones que debe tomar el investigador se refiere a sus muestras; las personas que habrán de participar en sus estudios. Si los investigadores desean describir a toda una población (que no es el caso en muchas investigaciones psicológicas), tendrán que conseguir un grupo representativo por medio de un **muestreo aleatorio**, *uno en el que cada persona de la población estudiada tenga las mismas probabilidades de inclusión*. Con este procedimiento, cualquier subgrupo de personas, rubias, deportistas, liberales, tenderá a verse representado en la muestra al grado en que se ve representado dentro de la población total.

muestreo aleatorio
Procedimiento de investigación en el que cada persona dentro de la población que se estudiará tiene las mismas probabilidades de inclusión.

Sea que tomemos una muestra de personas dentro de una ciudad o en todo el país, 1 200 participantes seleccionados al azar nos permitirán estar 95% confiados en describir a la totalidad de la población con un margen de error de tres puntos o menos (quizá haya escuchado estos mismos términos en el caso de las encuestas para las elecciones, donde este es un método común). Imagine un frasco enorme lleno de frijoles: 50% rojos y 50% blancos. Tome una muestra aleatoria de 1 200 de ellos y tendrá 95% de probabilidades de obtener entre 47% y 53% de frijoles rojos; independientemente de si el frasco contiene 10 000 frijoles o 100 millones de frijoles. Si pensamos en los frijoles rojos como seguidores de un candidato presidencial y los frijoles blancos como seguidores del otro candidato, podremos comprender las razones por las que, a pesar del escepticismo relacionado con la deshonestidad de las personas o del sesgo al responder las preguntas planteadas, las encuestas funcionan. Cuando se llevan a cabo de manera adecuada, los datos de autoinformes de encuestas representativas pueden arrojar verdades importantes. De la misma manera que unas cuantas gotas de sangre pueden ofrecer información acerca de todo el cuerpo, una muestra aleatoria también puede ofrecer información de toda una población.

Tome en cuenta que las encuestas *no predicen* las votaciones en términos literales, solo *describen* la opinión pública en el momento en que se levantan. La opinión pública puede cambiar. A fin de valorar los estudios de investigación, también debemos tener en mente cuatro influencias potencialmente predisponentes: las muestras no representativas, el orden de las preguntas, las opciones de respuesta y el fraseo de las preguntas.

Qué tan cerca representa una muestra a la población estudiada importa enormemente. En alguna ocasión, la columnista Ann Landers aceptó el reto de uno de sus lectores y encuestó a estos en relación con la pregunta de si las mujeres consideraban que el afecto es más importante que el sexo. Su pregunta: "¿Estaría usted satisfecha con que la abrazaran y la trataran con ternura, y olvidaría 'tener sexo?'" De las más de 100 000 mujeres que respondieron, 72% dijo "sí". Siguió una avalancha de publicidad en todo el mundo. En respuesta a sus críticos, Landers (1985, p. 45) concedió que "el muestreo podrá no haber sido representativo de la totalidad de las mujeres estadounidenses. Pero sí ofrece discernimientos francos, y valiosos, de una muestra importante del público. Esto se debe a que leen mi columna todo tipo de personas; alrededor de 70 millones de ellas". De todos modos, uno podría preguntarse, ¿los 70 millones de lectores serían representativos de la totalidad de la población? Y ¿cada lector de entre los 700 que se tomaron el trabajo de responder a la encuesta es representativo de los 699 de cada 700 que no lo hicieron?

La importancia de la representatividad quedó famosamente demostrada en 1936 cuando una revista semanal, el *Literary Digest*, levantó una encuesta presidencial por correo al enviarles postales a 10 millones de estadounidenses. Entre los más de dos millones de respuestas, Alf Landon ganó arrolladoramente sobre Franklin D. Roosevelt. Cuando los votos reales se contaron unos cuantos días después, Landon solo ganó dos estados. La revista había enviado las postales solo a personas cuyos nombres había tomado de directorios telefónicos y registros automotrices, ignorando así a los millones de votantes que, durante la Gran Depresión, no podían costear un teléfono ni un automóvil (Cleghorn, 1980).

Una muestra también puede no ser representativa si pocas personas responden la encuesta (cuando se dice que tiene una baja tasa de respuesta) y las personas que no responden difieren de formas importantes de aquellas que sí responden. Algunas personas han especulado que esta fue la razón por la que las encuestas no predijeron las elecciones presidenciales del 2016 de manera tan precisa como encuestas anteriores; las tasas de respuesta a las encuestas telefónicas, que alguna

vez fueron de 36%, se redujeron a 9% (Keeter et al., 2017). Aun así, las encuestas nacionales, que predijeron el voto popular a favor de Hillary Clinton con un margen de 4%, estuvieron cercanas a su margen real de 2%. Las más afectadas fueron las diversas encuestas estatales más pequeñas en el Medio Oeste, estados que resultaron esenciales para el triunfo de Donald Trump en el colegio electoral. Por fortuna, el tema de la tasa de respuesta no es tan común en los estudios que discutiremos aquí, ya que la mayoría de los estudios psicológicos tienen mayores tasas de respuesta que las encuestas recientes.

Las encuestas de salida requieren una muestra aleatoria (y por tanto representativa) de votantes.
©Steve Debenport/Getty Images

PLANTEAMIENTO DE LAS PREGUNTAS CORRECTAS

Los investigadores también deben asegurarse de que han construido sus encuestas o cuestionarios en una forma que no sesgue las respuestas. Por ejemplo, el orden de las preguntas en una encuesta puede tener un impacto sorprendentemente poderoso.

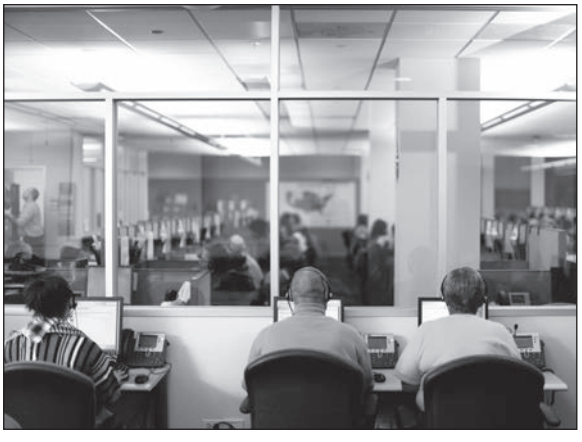
Considere también los efectos impresionantes de las opciones de respuesta. Cuando Joop van der Pligt y sus colaboradores (1987) les preguntaron a los votantes ingleses qué porcentaje de la energía de Gran Bretaña deseaban que proviniera de fuentes nucleares, la preferencia promedio fue de 41%. A otros votantes les preguntaron qué porcentaje deseaban que proviniera de (1) fuentes nucleares, (2) carbón y (3) otras fuentes. La preferencia promedio por las fuentes nucleares entre estos encuestados fue de 21%.

El planteamiento preciso de las preguntas también puede influir en las respuestas. Una encuesta encontró que solo 23% de los estadounidenses pensaba que su gobierno estaba gastando demasiados recursos "en ayuda a los pobres". Pero 53% pensó que el gobierno gastaba mucho dinero en la "asistencia social" (*Time*, 1994). De la misma manera, la mayoría de las personas estuvo de acuerdo en *reducir* la "ayuda al exterior" y en *aumentar* el gasto "para ayudar a las personas necesitadas en otras naciones" (Simon, 1996).

formulación
Manera en que se plantea una pregunta o tema; la formulación puede influir en las decisiones y opiniones que expresan las personas.

La formulación en las encuestas es un tema muy delicado. Incluso los cambios sutiles en el tono de una pregunta pueden tener efectos marcados (Krosnick y Schuman, 1988; Schuman y Kalton, 1985). Prohibir algo podrá ser lo mismo que no permitirlo, pero en 1940, 54% de los estadounidenses indicó que Estados Unidos debía "prohibir" los discursos en contra de la democracia y 75% afirmó que Estados Unidos "no debía permitirlos". Incluso cuando las personas afirman tener sentimientos profundos relacionados con algún tema, la forma y fraseo de la pregunta pueden afectar sus respuestas.

En ocasiones, incluso las diferencias sutiles en las palabras que se utilizan pueden tener efectos sorprendentes. Preguntarles a las personas: "¿Qué probabilidades hay de que una persona seleccionada al azar...?", quizá suene a lo mismo que: "¿Qué porcentaje de las personas...?". Pero las respuestas diferirán porque la primera pregunta dirige la atención hacia el individuo y su conciencia moral, mientras que la segunda dirige la atención hacia las influencias grupales, como las normas sociales (Critcher y Dunning, 2013). Del mismo modo, decir que la desigualdad de ingresos existe "porque los ricos ganan más dinero que los pobres", difícilmente parece distinto a "porque los pobres ganan menos dinero que los ricos". Pero si se ofrece el primer fraseo, las personas conservadoras apoyan mayores tasas de impuestos a los ricos (Chow y Galak, 2012).



El Survey Services Laboratory del SRC del Institute for Social Research de la Universidad de Michigan cuenta con mesas individuales de entrevista con estaciones de monitoreo. El personal y las visitas deben firmar un documento en el que se comprometen a acatar la estricta confidencialidad de todas las entrevistas.
©NORC at the University of Chicago

Los efectos del orden, respuesta y formulación permiten que los manipuladores políticos utilicen las encuestas para demostrar el apoyo público para sus propuestas. Los consultores, publicistas y médicos pueden tener influencias desconcertantes semejantes sobre

nuestras decisiones por cómo **formulan** las opciones que nos plantean. No es de sorprender que los cabilderos de la carne se hayan opuesto a una ley de etiquetado de alimentos en Estados Unidos que requería que se declarara que la carne molida de res contenía "30% de grasa", en lugar de afirmar que se componía de "70% de carne magra, 30% de grasa". Para nueve de cada 10 estudiantes universitarios, los condones parecerán eficaces para protegerlos del virus del SIDA si tienen una "tasa de éxito del 95%". Si se les indica que tienen una "tasa de fracaso de 5%", solo cuatro de cada 10 alumnos pensarán que son eficaces (Linville et al., 1992). Los esfuerzos a favor del "control de armas" obtienen un mayor apoyo de parte del público si se formulan como iniciativas de "seguridad en el uso de armas" que requieran de una revisión de antecedentes (Steinhauer, 2015). Muchas personas que están en contra del "control" están a favor de la "seguridad".

Las investigaciones de formulación también tienen aplicaciones en cuanto a la definición de opciones cotidianas predeterminadas. Sin restringir las libertades de las personas, las opciones cuidadosamente formuladas pueden representar un "empujoncito" para que las personas tomen decisiones benéficas (Benartzi y Thaler, 2013):

- *Inclusión o exclusión en la donación de órganos*. En muchos países, cuando renuevan sus licencias para conducir, las personas deciden si desean hacer que sus cuerpos se encuentren disponibles para la donación de órganos. En países en los que la opción predeterminada es *sí*, pero en la que uno puede optar por la "exclusión", casi 100% de las personas eligen convertirse en donadores. En Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania, donde la opción predeterminada es *no*, pero donde uno puede optar por la "inclusión", cerca de una de cada cuatro personas elige donar sus órganos (Johnson y Johnson, 2003).
- *Incluirse o excluirse del ahorro para el retiro*. Durante muchos años, los empleadores estadounidenses que deseaban diferir parte de su compensación a un plan de retiro 401 (k) tenían que elegir llevarse menos dinero a casa. La mayoría optaba por no hacerlo. Una ley de pensiones del 2006, influida por las investigaciones relacionadas con la formulación, replanteó la elección. Ahora, a las empresas se les dan incentivos si inscriben a sus empleados de manera automática en el plan y se les permite excluirse de este (y aumentar la cantidad de dinero que se llevan a casa). Se siguió dándoles la opción. Pero un estudio encontró que con la formulación donde necesitaban excluirse del plan, la participación aumentó vertiginosamente de 49 a 86% (Rosenberg, 2010).

La lección de las investigaciones en formulación se ilustra por medio de la historia de un sultán que soñó que había perdido todos sus dientes. Al pedirle que descifrara el sueño, el primer intérprete dijo: "¡Qué desgracia! La pérdida de sus dientes significa que verá morir a todos los miembros de su familia". Enfurecido, el sultán ordenó que se le dieran 50 latigazos a quien le dio tan mala noticia. Cuando un segundo intérprete escuchó el sueño, le explicó su buena fortuna al sultán: "¡Sobrevivirá a la totalidad de su clan!". Tranquilizado, el sultán ordenó que se le entregaran 50 piezas de oro a quien le había dado tan buena noticia. De camino a la salida, el tesorero asombrado le dijo al segundo intérprete: "Lo que le dijo no difirió de lo que descifró el primer intérprete". "Así es —respondió el intérprete sabio—, pero recuerde: lo que importa no es solo lo que se dice, sino cómo se dice".

Un joven monje recibió una reprimenda cuando preguntó si podía fumar mientras rezaba. Cambia tu pregunta, le aconsejó un amigo: pregunta si puedes rezar mientras fumas (Crossen, 1993)

investigación de campo
Investigación que se lleva a cabo en un entorno natural de la vida real, fuera de un laboratorio.

investigación correlacional
El estudio de las relaciones que ocurren de manera natural entre variables.

investigación experimental
Estudios que buscan pistas en cuanto a las relaciones causa-efecto mediante la manipulación de uno o más factores (variables independientes), al tiempo que se controlan otros (se mantienen constantes).

Algunas empresas e instituciones buscan darles un "empujoncito" a los empleados para que ahorren para su retiro por la forma en que formulan las opciones. Al formular su elección en cuanto a si excluirse o no de un plan automático de ahorros, más personas participan que cuando deben decidir si se incluyen en dicho plan.
©rido/123RF

INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL: DETECCIÓN DE ASOCIACIONES NATURALES

Las investigaciones en psicología social pueden ser *investigaciones de laboratorio* (en una situación controlada) o **investigaciones de campo** (de situaciones cotidianas). Además de que varía en cuanto a método: ya sea **correlacional** (donde se pregunta si dos o más factores se asocian de manera natural) o **experimental** (donde se manipula un factor para ver su efecto en otro). Si usted desea ser un lector crítico de las investigaciones psicológicas que se publican en los medios, le ayudará comprender la diferencia entre las investigaciones correlacionales y las investigaciones experimentales.

Primero, tomemos en cuenta la investigación correlacional, que tiene una ventaja importante (se examinan variables importantes en entornos naturales) y una desventaja importante (interpretación ambigua de causa y efecto). En busca de los posibles vínculos entre riqueza y salud, Douglas Carroll y sus colaboradores (1994) se pasearon por los viejos cementerios de Glasgow, en Escocia, y observaron la duración de la vida de 843 individuos. Como indicación de su riqueza, midieron la altura de las lápidas, y razonaron que esta altura reflejaba el costo y, por ende, el nivel de riqueza. Como lo muestra la **figura 1.3**, la riqueza (medida según las lápidas de mayor tamaño) predijo una vida más larga: un indicador clave de la salud.

Datos de otras fuentes han confirmado la correlación entre riqueza y salud: las zonas postales de Escocia con las menores cantidades de hacinamiento y desempleo (las más pudientes) también tienen la longevidad promedio más elevada. En Estados Unidos, los ingresos se correlacionan con la longevidad (las personas pobres o de menor nivel socioeconómico tienen mayores probabilidades de morir más jóvenes). Otro estudio analizó a 17 350 funcionarios británicos durante 10 años. En comparación con administradores de alto nivel, los administradores de bajo nivel tuvieron 1.6 mayores probabilidades de morir. Incluso los trabajadores de oficina de bajo nivel tuvieron 2.2 mayores probabilidades de morir y los trabajadores manuales tuvieron 2.7 mayores probabilidades de morir (Adler et al., 1993, 1994). A lo largo del tiempo y en distintas regiones geográficas, la correlación riqueza-salud parece ser confiable.

La pregunta riqueza-salud ilustra el error de pensamiento más irresistible que cometen los psicólogos sociales tanto novatos como experimentados: cuando se acompañan dos factores tales como riqueza y salud, resulta tentador concluir que uno ocasiona lo otro. La riqueza, podríamos suponer, protege a las personas de los riesgos de salud de una manera u otra. Pero quizá sea lo contrario: quizá la gente sana tenga mayores probabilidades de triunfar en sentido económico o, tal vez, la gente que vive más tenga un mayor tiempo para acumular riqueza. Una tercera variable también podría ser la causa tanto de la buena salud como de la riqueza; es posible, por ejemplo, que aquellas personas de cierta raza o religión sean tanto más saludables como más propensas a acumular riquezas. En otras palabras: las correlaciones indican que existe una relación, pero esta relación no necesariamente implica causa y efecto. La investigación correlacional nos permite *predecir*, de manera aproximada, una variable a partir de otra, pero no nos puede decir si una variable (tal como la riqueza) *causa* la otra (como la salud). Cuando dos variables (llamémoslas X y Y) se correlacionan entre sí, existen tres posibilidades: X provoca Y, Y provoca X o una tercera variable (Z) ocasiona a las dos.

Lápidas conmemorativas en el cementerio de la Catedral de Glasgow.
©Jon Bower/AGE Fotostock

La confusión correlación-causalidad se encuentra detrás de gran parte del pensamiento impreciso de la psicología popular. Considere otra correlación muy certera, aquella entre la autoestima y los logros académicos. Los niños con una elevada autoestima también tienden a logros académicos

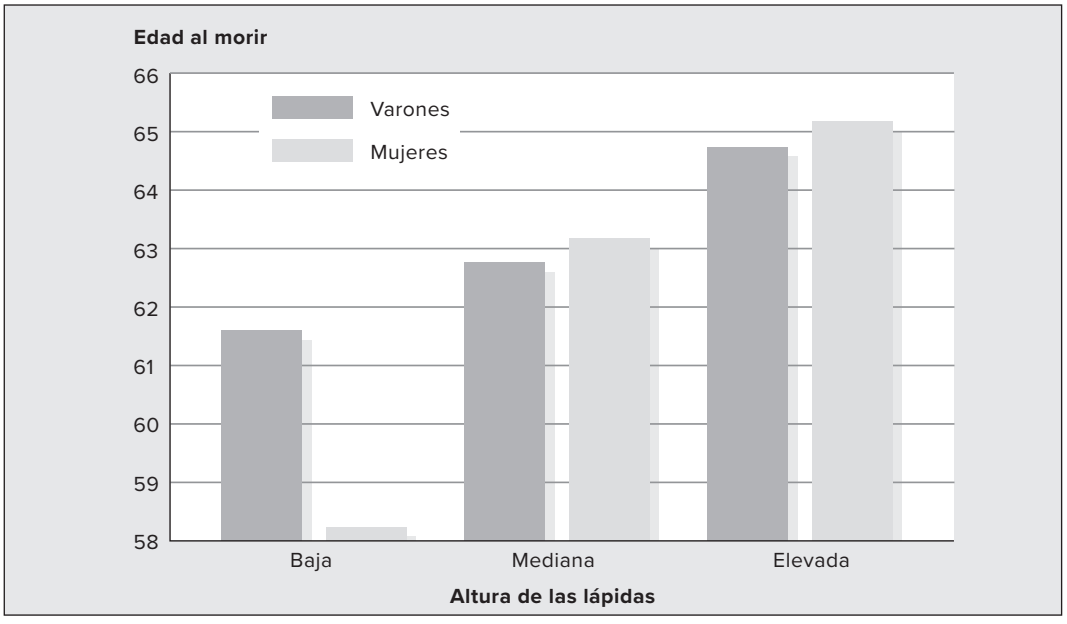


FIGURA 1.3

Correlación entre riqueza y longevidad

Las lápidas de gran tamaño, que indican riqueza, conmemoraban a personas que también tendían a vivir más tiempo.
Fuente: Carroll, D., Davey Smith, G., y Bennett, P. (1994).

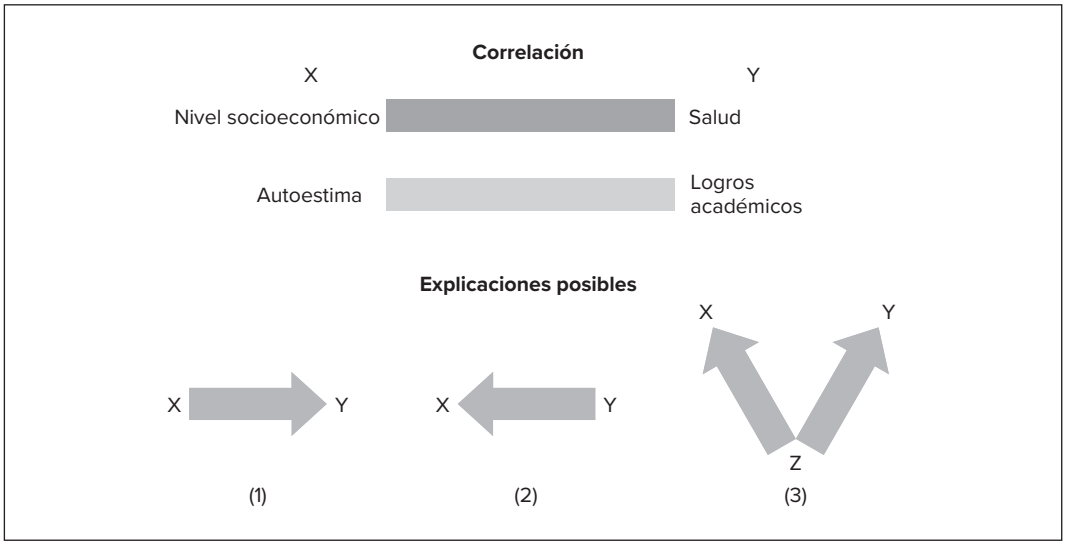


FIGURA 1.4
Correlaciones y causalidad
Cuando dos variables se correlacionan, es posible cualquier combinación de tres explicaciones. Puede ser que una ocasiona a la otra, o que ambas se vean afectadas por un tercer factor subyacente.

elevados (como en el caso de cualquier correlación, también podemos afirmar lo mismo en la otra dirección: los niños con alto rendimiento académico tienden a una elevada autoestima). ¿Por qué supone que esto sucede (**figura 1.4**)?

Algunas personas creen que la autoestima contribuye al logro. Así, enriquecer la autoestima de los niños también podría aumentar sus logros académicos. Al creerlo así, 30 estados de Estados Unidos han aprobado más de 170 estatutos que promueven la autoestima.

Pero otras personas, incluyendo los psicólogos William Damon (1995), Robyn Dawes (1994), Mark Leary (2012), Martin Seligman (1994, 2002), Roy Baumeister y John Tierney (2011), así como uno de los autores del presente libro (Twenge, 2013, 2014), dudan que la autoestima realmente sea la armadura que proteja a los niños de los logros deficientes (o de la drogadicción o la delincuencia). Quizá suceda el fenómeno contrario: tal vez tener un buen desempeño escolar aumente la autoestima. Algunos estudios sugieren que esto podría ser verdad; los niños a los que les va bien y que reciben elogios por ello, tienden a desarrollar una elevada autoestima (Skaalvik y Hagtvet, 1990).

También existe la posibilidad de que la autoestima y el logro escolar se correlacionen porque ambos se vinculen a la inteligencia subyacente, al nivel socioeconómico de la familia o al comportamiento parental. En un estudio con más de 2 000 personas, la correlación entre autoestima y logro se desvaneció por completo cuando los investigadores eliminaron matemáticamente el poder predictivo de la inteligencia y del nivel socioeconómico de la familia (Bachman y O'Malley, 1977; Maruyama et al., 1981). En otro estudio, desapareció la correlación entre autoestima y delincuencia cuando se controlaron factores tales como uso de drogas por parte de los padres (Boden et al., 2008). En otras palabras, la baja autoestima y el mal comportamiento son el resultado de lo mismo: un ambiente familiar desafortunado. Es posible que ambos sean síntomas de una mala infancia más que uno ocasione al otro.

Por medio del uso de un coeficiente que se conoce como *r*, las correlaciones cuantifican el grado de relación que existe entre dos factores, desde −1.0 (a medida que aumenta la puntuación de uno de los factores, disminuye la puntuación del otro) a 0 (que indica que no existe relación alguna), a +1.0 (a medida que aumenta uno de los factores, aumenta el otro). Por ejemplo, los autoinformes de depresión y autoestima se correlacionan de forma negativa (alrededor de −0.60), mientras que las puntuaciones de inteligencia entre gemelos idénticos se correlacionan de manera positiva (alrededor de +0.80).

La enorme fortaleza de las investigaciones correlacionales es que tienden a suceder en entornos del mundo real, donde podemos examinar factores tales como raza, género y nivel socioeconómico; factores que nos sería imposible manipular en un laboratorio. Su enorme desventaja radica en la ambigüedad de sus resultados. Este punto es tan esencial que aunque no haga impresión alguna en las personas las primeras 25 veces que lo oyen, vale la pena repetirlo una más: saber que dos variables cambian al unísono (se correlacionan), nos permite predecir una si conocemos la otra, pero que exista una correlación no especifica causa y efecto.

No obstante, las técnicas correlacionales avanzadas pueden sugerir la existencia de relaciones causa-efecto. Las *correlaciones desfasadas* revelan la *secuencia* de eventos (por ejemplo, indican si los cambios en el aprovechamiento preceden o siguen a los cambios en autoestima con mayor frecuencia). Los investigadores también pueden utilizar técnicas estadísticas que extraen la influencia de terceras variables, como en el caso en que la correlación entre autoestima y logro escolar se desvaneció cuando se eliminaron la inteligencia *y* el nivel socioeconómico de la familia (esto se conoce como añadir una *variable de control*). Como ejemplo adicional, el equipo escocés de investigación se preguntó si la relación entre nivel socioeconómico y longevidad seguiría existiendo si se eliminaba el efecto del tabaquismo, que es tanto menos común entre las personas de estatus elevado como asociado a una muerte temprana. La correlación siguió existiendo, lo que sugiere que otros factores asociados con el bajo nivel socioeconómico podrían explicar la muerte más temprana de las personas más pobres.

INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL: EN BUSCA DE CAUSA Y EFECTO

La dificultad para determinar causa y efecto en los estudios correlacionales frecuentemente insta a los psicólogos sociales a crear simulaciones de laboratorio de procesos cotidianos siempre que esto sea factible y ético. Estas situaciones serían equivalentes a los túneles de viento aeronáuticos. Los ingenieros aeronáuticos no inician sus experimentos mediante la observación de cómo es que los objetos voladores se desempeñan en una diversidad de ambientes naturales. Las variaciones tanto en condiciones atmosféricas como en objetos voladores son demasiado complejas. En lugar de ello, construyen una realidad simulada en la que pueden manipular las condiciones del viento y las estructuras de ala. A causa de su uso de una realidad simulada, los experimentos tienen dos ventajas principales por encima de los estudios correlacionales: la asignación aleatoria y el control.

Asignación aleatoria: el gran ecualizador

Considere la investigación que encontró que los niños que veían un mayor número de programas violentos en la televisión estaban en mayores probabilidades de comportarse de manera más agresiva en un futuro en su vida (Huesmann et al., 2003). Sin embargo, al ser un hallazgo correlacional, resulta difícil establecer si los programas violentos producen la agresión, si los niños ya agresivos ven más programas violentos, o si existe una tercera variable que ocasiona no solo ver programas violentos en televisión, sino también un comportamiento agresivo posterior (véase el **cuadro 1.1** para más ejemplos). Un investigador de encuestas podría medir y controlar algunas posibles terceras variables de manera estadística para determinar si la correlación persistiría. Pero no es posible controlar todos los factores que podrían distinguir entre personas a las que les gustan los programas violentos y las que no. Posiblemente difieran en cuanto a personalidad, inteligencia, autocontrol... o en docenas de otras formas que el investigador no ha considerado.

CUADRO 1.1 Reconocimiento de las investigaciones correlacionales y experimentales

	¿Los participantes pueden asignarse a la condición de manera aleatoria?	Variable independiente	Variable dependiente
¿Los niños que maduran temprano son más confiados?	No → Correlacional		
¿Los alumnos aprenden más en los cursos en línea o en las aulas	Sí → Experimental	Tomar la clase en línea o en el aula.	Aprendizaje
¿Las calificaciones escolares predicen el éxito vocacional?	No → Correlacional		
¿Las personas lanzan vítores más estridentes cuando están solas o cuando están en una muchedumbre?	Sí → Experimental	Jugar el juego violento o el no violento	Agresividad
¿A las personas les hace más gracia una rutina cómica cuando están solas o cuando están con otros?	(usted responda)		
¿Las personas ricas viven más tiempo?	(usted responda)		

asignación aleatoria
Proceso de asignar a los participantes las condiciones experimentales de tal forma que todas las personas tengan las mismas probabilidades de encontrarse dentro de una condición dada (obsérvese la diferencia entre la asignación aleatoria dentro de un experimento y el *muestreo aleatorio* en una encuesta. La asignación aleatoria nos permite inferir causa y efecto. El muestreo aleatorio nos sirve para hacer generalizaciones a la totalidad de una población).

De un solo plumazo, la **asignación aleatoria** elimina todos estos factores superfluos. Por ejemplo, el investigador puede asignar personas a que miren programas televisivos violentos o no violentos, para después medir sus conductas agresivas. A través de la asignación aleatoria, cada persona tiene las mismas probabilidades de ver programas violentos o no violentos. Así, las personas de ambos grupos serían aproximadamente iguales en cualquier sentido posible: estado civil, inteligencia, educación, agresividad inicial, color de pelo. Por ejemplo, las personas muy agresivas estarían en las mismas probabilidades de aparecer en ambos grupos. Debido a que la asignación aleatoria crea grupos equivalentes, cualquier diferencia posterior en conductas agresivas entre ambos grupos casi tendrá que ver con lo único en lo que sí difieren: el que hayan visto programas violentos (**figura 1.5**).

Control: manipulación de las variables

Los psicólogos sociales experimentan mediante la construcción de situaciones sociales que simulan características importantes de su vida cotidiana. Al variar solo uno o dos factores (llamados **variables independientes**) por vez, el experimentador puede establecer su influencia. De la misma manera en que el túnel de viento ayuda al ingeniero aeronáutico a descubrir los principios de la aerodinámica, el experimento le permite al psicólogo social descubrir los principios del pensamiento social, de la influencia social y de las relaciones sociales.

¿Exactamente cómo se logra esto? Continuemos con nuestro ejemplo de los programas televisivos violentos y la agresión.

variable independiente
Factor experimental que manipula el investigador.

Para estudiar esta pregunta por medio del método experimental, Chris Boyatzis y sus colaboradores (1995) les mostraron a unos niños de educación básica, pero no a otros, un episodio del programa más popular y violento, de televisión del decenio de 1990, *Power Rangers*. De esta manera, el experimentador controló la situación al hacer que algunos niños hicieran una cosa mientras que los otros no la hacían; un ejemplo de la manera en que los investigadores manipulan las variables a través del *control*. El que los niños miraran el episodio de *Power Rangers* fue la variable independiente de este experimento.

variable dependiente
La variable que se está midiendo; llamada así porque puede depender de las manipulaciones de la variable independiente.

Luego de ver el episodio, los niños que vieron el programa de *Power Rangers* llevaron a cabo siete veces más actos agresivos que los niños que no lo habían visto. Los actos agresivos observados fueron la **variable dependiente** (el resultado a medirse) dentro de este estudio. Experimentos como este indican que la televisión puede ser una causa de la conducta agresiva de los niños (hay mayores detalles acerca de este polémico tema de investigación en el capítulo sobre "Agresión").

Replicación: ¿los resultados son reproducibles?

Un número reducido de hallazgos poco confiables, algunos de investigadores que cometieron fraude al falsificar sus datos, han despertado preocupaciones en cuanto a la reproducibilidad de investigaciones médicas y psicológicas. Aunque las meras repeticiones de las investigaciones de otros carecen de glamour, rara vez llegan a los titulares, la ciencia de la actualidad atribuye más valor a

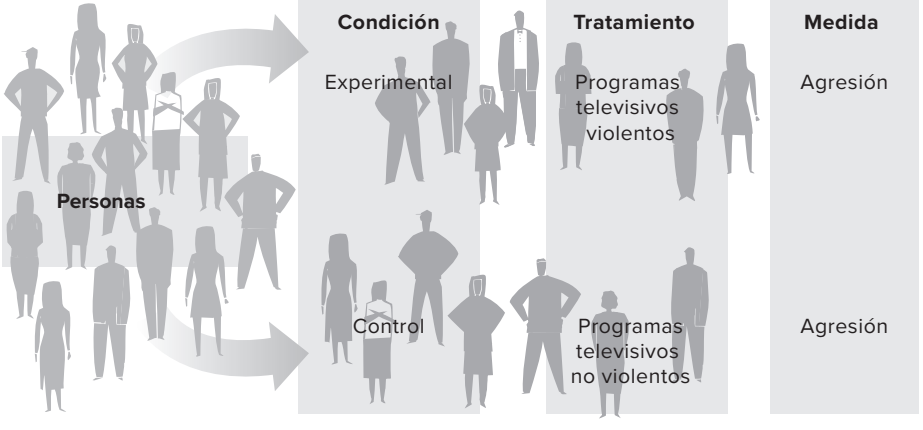
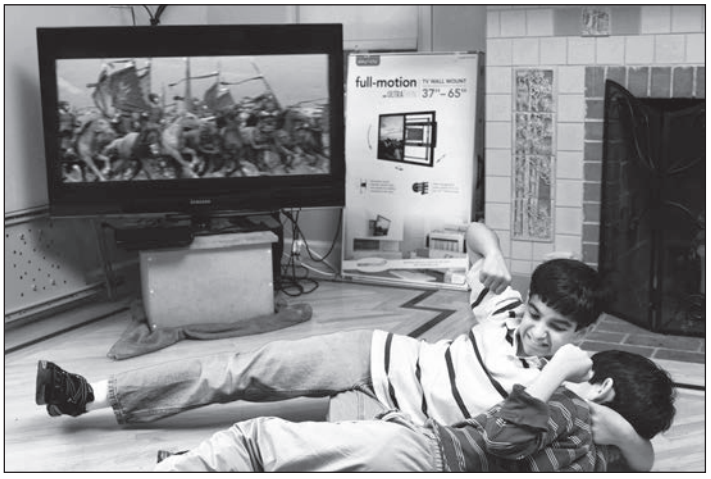


FIGURA 1.5
Asignación aleatoria
Los experimentos asignan a las personas al azar ya sea a una condición que recibe el tratamiento experimental o a una condición de control en la que esto no sucede. Esto le da al investigador la confianza de que, de alguna manera, cualquier diferencia posterior es el resultado del tratamiento.

los estudios de **replicación**. Los investigadores deben explicar sus estímulos y procesos de manera precisa a fin de que otros puedan repetirlos. Ahora, muchos especifican sus métodos y datos detallados en archivos públicos, en línea, de ciencia abierta (Brandt et al., 2014; Miguel et al., 2014).

Además, equipos de investigadores han formado esfuerzos de colaboración internacional para replicar los resultados de investigaciones que se han publicado. Uno de tales esfuerzos buscó replicar 100 estudios que se publicaron en tres importantes publicaciones de psicología. Alrededor de la mitad de los estudios de replicación produjeron efectos de magnitud similar a los estudios originales (Open Science Collaboration, 2015). Otro esfuerzo de replicación (el proyecto "Many Labs") que utilizó un mayor número de estudios de cada pregunta encontró resultados más alentadores, con un 85% de replicabilidad de los estudios (Klein et al., 2014). Tal replicación forma parte esencial de la buena ciencia. Cualquier estudio único ofrece algo de información: es un cálculo. Es mejor la agregación de datos de diversos estudios (Stanley y Spence, 2014). Replicación = confirmación.



¿Ver violencia en la televisión o en otros medios conduce a la agresión, en especial entre niños? Diversos experimentos sugieren que así sucede.
©Bill Aron/PhotoEdit

replicación
Repetir un estudio de investigación, a menudo con distintos participantes en diferentes entornos, a fin de determinar si puede reproducirse un hallazgo.

La ética de la experimentación

Nuestro ejemplo de los programas de televisión ilustra las razones por las que los experimentos pueden hacer que surjan cuestionamientos relacionados con la ética. Los psicólogos sociales no expondrían a un solo grupo de niños a la violencia extrema por periodos prolongados. Más bien, alteran brevemente la experiencia social de las personas y observan los efectos. En ocasiones, el tratamiento experimental es una experiencia inocua o, incluso, divertida a la que las personas dan su consentimiento informado. Sin embargo, en ocasiones, los investigadores operan dentro de un área gris entre lo inocuo y lo riesgoso.

Es frecuente que los psicólogos sociales se adentren en esa área gris de la ética cuando diseñan experimentos que implican pensamientos y emociones intensas. Los experimentos no requieren tener un **realismo mundano** (Aronson et al., 1985). Esto es, las conductas de laboratorio no necesitan ser como el comportamiento cotidiano, que es por lo general mundano o carente de importancia. Pero el experimento *sí debe* tener **realismo experimental**: debe involucrar a los participantes. Los experimentadores no desean que los participantes actúen o se sientan aburridos; quieren que participen en verdaderos procesos psicológicos. Obligar a las personas a elegir si habrán de aplicarle choques eléctricos leves o intensos a otra persona puede ser una medición realista de la agresión. Estimula la agresión verdadera de forma funcional, de manera muy similar a como un túnel de viento se asemeja al viento atmosférico.

realismo mundano
Grado al que un experimento es superficialmente semejante a situaciones cotidianas.

realismo experimental
Grado al que un experimento absorbe e involucra a sus participantes.

En ocasiones, lograr este realismo experimental requiere que se engañe a las personas con una *coartada factible*. Si en realidad la persona en la habitación de junto no está recibiendo los choques, el experimentador no deseará que los participantes lo sepan porque eso destruiría el realismo experimental. Así, alrededor de un tercio de los estudios de psicología social de las últimas décadas utilizaron el **engaño** (Korn y Nicks, 1993; Vitelli, 1988), en el que los participantes no supieron el verdadero propósito del estudio.

engaño
En investigaciones, estrategia por la que se mal informa o da una impresión equivocada a los participantes de los métodos y propósitos de un estudio.

Los experimentadores también buscan ocultar sus predicciones, con el fin de que sus participantes, en un afán por ser "buenos sujetos" simplemente hagan lo que se espera de ellos (o, si están de malas, que hagan lo contrario). No debe resultar en absoluto sorprendente, dice el profesor ucraniano, Anatoly Koladny, que solo 15% de quienes respondieron a una encuesta en Ucrania se hayan declarado como "religiosos" mientras se encontraban bajo la opresión del régimen soviético en 1990, pero que 70% de los mismos pobladores se hayan declarado como "religiosos" en 1997, después del comunismo (Nielsen, 1998). Las palabras, tono de voz y gestos del experimentador también pueden evocar las respuestas deseadas en formas sutiles. Incluso los perros entrenados para detectar explosivos y drogas estarán en mayores probabilidades de ladrar y dar falsas alarmas cuando se engaña a sus entrenadores para que piensen que no hay duda de que se localizará este

características de demanda
Pistas de un experimento que le indican al participante los comportamientos que se esperan.

tipo de artículo ilícito (Lit et al., 2011). A fin de minimizar este tipo de **características de demanda** (pistas que parecen demandar ciertos comportamientos), los experimentadores por lo general estandarizan sus instrucciones o, incluso, utilizan computadoras que las presenten.

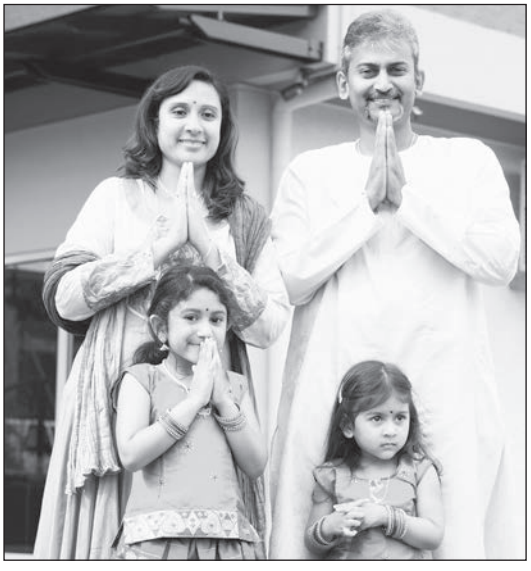
Es frecuente que los investigadores transiten por una cuerda floja en el diseño de experimentos que sean interesantes, pero éticos. Creer que uno está lastimando a alguien más o verse sujeto a fuertes presiones sociales puede ser temporalmente incómodo. Tales experimentos plantean la vieja interrogante sobre si los fines justifican los medios. ¿Los riesgos exceden aquellos a los que nos enfrentamos en la vida cotidiana (Fiske y Hauser, 2014)? Por lo general, los engaños de los psicólogos sociales suelen ser breves y poco importantes en comparación con las diversas falsedades de la vida real y que aparecen en algunos programas televisivos (una serie de programas de telerrealidad [*Joe Millionaire*] engañó a mujeres para que compitieran por la mano de un aparente millonario apuesto, quien resultó ser un trabajador común y corriente).

consentimiento informado
Principio ético que requiere que a los participantes de un estudio se les dé la información suficiente que les permita decidir si desean participar.

sesiones informativas (*debriefing*)
En psicología social, la explicación que se da a los participantes después del experimento. Por lo general, estas sesiones informativas revelan cualquier engaño y a menudo interrogan a los participantes en cuanto a lo que comprenden y lo que sienten.

Los comités de ética de las universidades valoran las investigaciones en psicología social para asegurarse de que tratarán a las personas de manera humanitaria y que el mérito científico justifica cualquier engaño o angustia temporal. Los principios éticos desarrollados por la *American Psychological Association* (2017), la *Canadian Psychological Association* (2017) y la *British Psychological Association* (2010) (las asociaciones psicológicas de Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña, respectivamente), obligan a los investigadores a:

- Informar a los participantes potenciales lo suficiente acerca del experimento para permitir que den su **consentimiento informado**.
- Ser veraces. Se debe utilizar el engaño solo si resulta esencial y se ve justificado por un propósito significativo y no tiene que ver con "aspectos que pudieran afectar su disposición a participar".
- Proteger a los participantes (y a cualquier espectador, si es que existe) de daños e incomodidad extrema.
- Tratar la información de los participantes individuales de manera confidencial.
- Llevar a cabo **sesiones informativas** con los participantes. Una vez concluido el experimento, se debe dar una explicación detallada, incluyendo cualquier tipo de engaño. La única excepción a esta regla se hace cuando la realimentación pudiera resultar angustiante, como en el caso en que los participantes pudieran darse cuenta de que se han portado de forma tonta o cruel.



La mayoría de las personas del planeta vive en países en desarrollo, no en las naciones occidentales industrializadas en las que se lleva a cabo la mayor parte de la investigación en psicología.
©szefei/Shutterstock

El experimentador debe ser lo bastante informativo *y* considerado como para que las personas se alejen de la experiencia sintiéndose al menos tan bien como antes de que participaran. Aún mejor, los participantes deben sentirse compensados por haber averiguado algo de sí mismos (Sharpe y Faye, 2009).

Cuando se les trata de manera respetuosa, a pocos participantes les molesta que se les haya engañado (Epley y Huff, 1998; Kimmel, 1998). De hecho, argumentan algunos defensores de la psicología social, los profesores provocan mucha mayor ansiedad y angustia al aplicar y regresar los exámenes del curso de lo que los investigadores provocan con sus experimentos.

GENERALIZACIÓN DEL LABORATORIO A LA VIDA

Como lo ilustran las investigaciones relacionadas con la televisión y la violencia, la psicología social mezcla las experiencias cotidianas con los análisis de laboratorio. A lo largo del presente texto, haremos lo mismo mediante la obtención de la mayoría de nuestros datos del laboratorio y de la mayoría de nuestros ejemplos de la vida cotidiana. La psicología social muestra una interacción sana entre las investigaciones de laboratorio y la vida del día a día. Las corazonadas que se tienen en la vida diaria a menudo inspiran las investigaciones de laboratorio, lo que profundiza la comprensión de nuestra experiencia.

Esta interacción aparece en el experimento televisivo con niños. Lo que las personas observaban en su vida diaria sugirió la investigación correlacional, lo que condujo a la investigación experimental. Ahora, los

responsables de las cadenas televisivas y los legisladores del gobierno, aquellos con el poder de hacer cambios, están al tanto de los resultados. En muchas áreas, incluyendo estudios acerca de la ayuda, del estilo de liderazgo, de la depresión y de la autoeficacia, los efectos que se encontraron en el laboratorio se han visto reflejados en el campo, en especial cuando los efectos en el laboratorio han sido de gran envergadura (Mitchell, 2012). "En términos generales, el laboratorio psicológico ha generado verdades psicológicas, más que trivialidades", señalaron Craig Anderson y sus colaboradores (1999).

No obstante, debemos ser cautelosos al generalizar del laboratorio a la vida. Aunque el laboratorio descubre la dinámica básica de la existencia humana, sigue siendo una realidad simplificada y controlada. Nos dice qué esperar de la variable *X*, si todo lo demás permanece constante, cosa que jamás sucede en la vida real. Además, como veremos, los participantes de muchos estudios son alumnos universitarios. Aunque quizá eso provoque que usted se identifique con ellos, los alumnos universitarios distan mucho de ser una muestra aleatoria del total de la humanidad (Henry, 2008a, 2008b). Además de que la mayoría de los participantes provienen de culturas occidentales, educadas, industrializadas, ricas y democráticas (WEIRD, por *W*estern, *E*ducated, *I*ndustrialized, *R*ich and *D*emocratic) que representan apenas 12% de la humanidad (Henrich et al., 2010). ¿Obtendríamos resultados similares con personas de edades, niveles educativos y culturas diferentes? Esa siempre será una pregunta pendiente de responder.

De todos modos, podemos distinguir entre el *contenido* del pensamiento y la actuación de la gente (por ejemplo, sus actitudes) y los *procesos* a través de los que piensan y actúan (por ejemplo, cómo nuestras actitudes afectan nuestras acciones y viceversa). El contenido varía más de cultura en cultura de lo que lo hacen los procesos. Es posible que las personas de distintas culturas tengan opiniones diferentes, pero que las formen de manera similar. Considere lo siguiente:

- Los universitarios de Puerto Rico reportan mayor soledad que los universitarios estadounidenses del continente, pero en las dos culturas, los componentes de la soledad son básicamente los mismos: timidez, inseguridad en el propósito de la vida y baja autoestima (Jones et al., 1985).
- Los grupos étnicos difieren en cuanto a aprovechamiento escolar y delincuencia, pero las diferencias son "apenas superficiales", informan David Rowe y sus colaboradores (1994). La estructura familiar, la influencia de sus compañeros y la educación de los padres predicen el aprovechamiento o la delincuencia en todos los grupos étnicos, y estos factores tienen una mayor influencia sobre los resultados que el origen étnico por sí solo.

Aunque es posible que nuestros comportamientos difieran, nos vemos influidos por las mismas fuerzas sociales. Debajo de nuestra diversidad superficial, somos más parecidos que diferentes.

EN RESUMEN: Métodos de investigación: ¿cómo se practica la psicología social?

- Los psicólogos sociales organizan sus ideas y hallazgos en *teorías*. Una buena teoría destilará una colección de hechos en una lista mucho más breve de principios predictivos. Podemos utilizar dichas predicciones para confirmar o modificar la teoría, generar nuevas investigaciones y sugerir aplicaciones prácticas.
- Los investigadores deben decidir a quién estudiar: su muestra de sujetos. También deben tomar decisiones en cuanto a cómo formular las preguntas de sus encuestas.
- La mayoría de las investigaciones en psicología social son *correlacionales* o *experimentales*. Los estudios correlacionales disciernen las relaciones entre variables, como entre la cantidad de educación y el monto de los ingresos. Saber que dos factores se relacionan de forma natural representa información valiosa, pero no es un indicador confiable de qué está ocasionando qué, o de si existe una tercera variable que esté involucrada.
- Siempre que es posible, los psicólogos sociales prefieren llevar a cabo experimentos que exploran causa y efecto. Al construir una realidad en miniatura que está bajo su control, los experimentadores pueden modificar un elemento y después otro para descubrir cómo tales elementos, de manera separada o conjunta, afectan el comportamiento. Se hace una *asignación aleatoria* de participantes a una condición experimental, que recibe el tratamiento experimental, o a una condición de control, que no recibe dicho tratamiento. Así, se puede atribuir cualquier diferencia resultante entre ambas condiciones a la

Continúa

variable independiente (**figura 1.6**). Al tratar de *replicar* los hallazgos, los psicólogos de hoy también pueden evaluar su reproducibilidad.

- Al crear experimentos, los psicólogos sociales en ocasiones establecen situaciones ficticias que hacen que se involucren las emociones de las personas. Al hacerlo, están obligados a seguir ciertas pautas éticas profesionales, como obtener el *consentimiento informado* de las personas, protegerlas de algún daño y revelarles por completo cualquier engaño temporal. Los experimentos de laboratorio permiten que los psicólogos sociales sometan a prueba ideas obtenidas de las experiencias de la vida diaria para después aplicar los principios y hallazgos al mundo real.

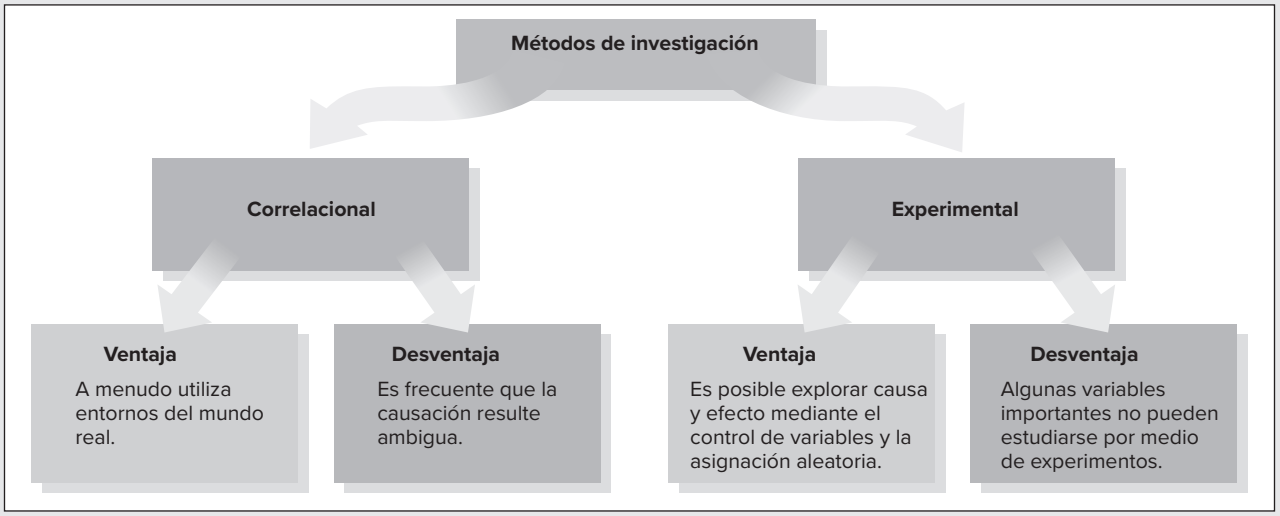


FIGURA 1.6
Dos métodos de investigación: correlacional y experimental

Concluimos cada capítulo con una breve reflexión acerca de la trascendencia humana de la psicología social.

POSDATA:
Por qué escribimos este libro

Escribimos el presente texto para ofrecer los principios poderosos y arduamente forjados de la psicología social. Es nuestra creencia que tienen el poder de ampliar su mente y enriquecer su vida. Si finaliza la presente obra con un aguzamiento de sus habilidades de pensamiento crítico y una mayor comprensión de la manera en que nos consideramos y afectamos unos a otros, y de las razones por las que en ocasiones nos agradamos, amamos y ayudamos unos a otros y a veces nos desagradamos, odiamos y dañamos unos a otros, nos sentiremos satisfechos como autores y usted, confiamos, se sentirá recompensado como lector.

Escribimos sabiendo que muchos lectores se encuentran en el proceso de definición de sus metas de vida, identidades, valores y actitudes. El novelista, Chaim Potok, recuerda que su madre lo incitó a que no se dedicara a escribir: "Sé un neurocirujano. Evitarás que la gente muera; harás mucho más dinero". La respuesta de Potok: "Mamá, no quiero evitar que la gente se muera; quiero mostrarle cómo vivir" (citado por Peterson, 1992, p. 47).

Muchos de los que nos dedicamos a escribir y enseñar psicología nos sentimos motivados no solo por el amor de regalar la psicología, sino también porque queremos ayudar a nuestros estudiantes a vivir vidas mejores; vidas más sabias, más satisfactorias, más compasivas. En este sentido, somos como los maestros y escritores de otras áreas. "¿Por qué escribimos?", preguntaba el teólogo Robert McAfee Brown. "Propongo que, más allá de cualquier recompensa... *escribimos porque queremos cambiar las cosas*. Escribimos porque tenemos esta [convicción de que] podemos hacer una diferencia. Tal 'diferencia' quizá sea una nueva percepción de la belleza, un nuevo discernimiento de la autocomprensión, una nueva experiencia de dicha o la decisión de unirse a la revolución" (citado por Marty, 1988). De hecho, escribimos con la esperanza de hacer nuestra parte para restringir la intuición con el pensamiento crítico, refinar los juicios por medio de la compasión y reemplazar ilusiones con entendimiento.

El yo en un mundo social

CAPÍTULO 2

©Adam Lubroth/Getty Images

Hay tres cosas sumamente duras: el acero, el diamante y conocerse uno mismo.

—Benjamin Franklin, *Poor Richard's Almanack,* 1750

Este libro se desarrolla alrededor de su definición de la psicología social: el estudio científico de *cómo pensamos* (primera parte), *influimos* (segunda parte) y *nos relacionamos* (tercera parte). La cuarta parte presenta ejemplos adicionales enfocados en la manera como aplican la investigación y las teorías de la psicología social en la vida real.

En términos específicos, la primera parte examina el estudio científico de cómo pensamos unos acerca de otros (lo que también se conoce como *cognición social*). Cada capítulo de esta sección trata sobre algunas preguntas principales: ¿qué tan razonables son nuestras actitudes, explicaciones y creencias sociales? ¿Las impresiones de nosotros mismos y de los demás son, por lo general, precisas? ¿Cómo se forma nuestro pensamiento social? ¿Qué tan propenso es al sesgo y al error y cómo podríamos acercarlo más a la realidad?

Reflectores e ilusiones: ¿qué nos enseñan de nosotros mismos?

Autoconcepto: ¿quién soy?

¿Cuál es la naturaleza y el poder motivador de la autoestima?

¿Cuál es el sesgo en beneficio propio?

¿Cómo maneja la gente su autopresentación?

¿Qué significa tener autocontrol?

Posdata: verdades gemelas: los peligros del orgullo y los poderes del pensamiento positivo.

En el centro de nuestro mundo, el elemento crucial para todos somos nosotros mismos. A medida que vivimos la vida diaria, nuestro sentido del yo se relaciona en forma continua con el mundo.

Considere el siguiente ejemplo: una mañana, al despertar descubre que su pelo está parado en extraños ángulos alrededor de su cabeza. No puede encontrar un sombrero, así que se aplaca el pelo como puede y sale corriendo a su clase. Toda la mañana se siente profundamente cohibido por el aspecto de su cabellera. Para su sorpresa, sus amigos en clase no dicen nada. ¿Se están riendo en secreto sobre lo ridículo de su aspecto o están demasiado preocupados consigo mismos como para notar su pelo desarreglado?

REFLECTORES E ILUSIONES: ¿QUÉ NOS ENSEÑAN DE NOSOTROS MISMOS?

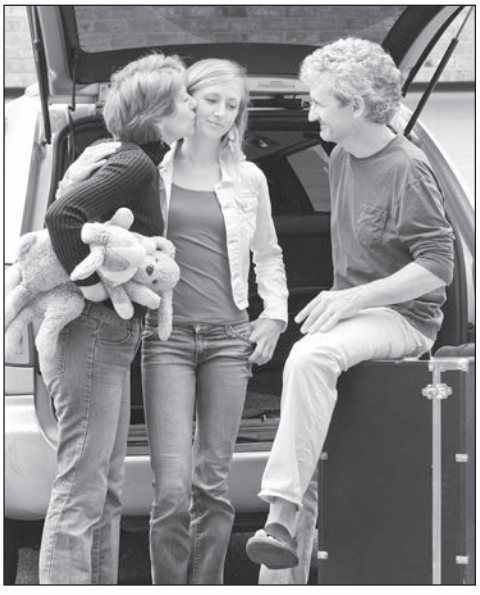
Describa el efecto de reflector y su relación con la ilusión de transparencia.

efecto de reflector
La creencia de que los demás prestan más atención a nuestra apariencia y comportamiento de la que en realidad ponen en nosotros.

ilusión de transparencia
La ilusión de que nuestras emociones ocultas son evidentes y que los demás pueden interpretarlas con facilidad.

¿Por qué es frecuente que pensemos que los demás nos prestan más atención de la que en realidad están poniendo en nosotros? El **efecto de reflector** significa que pensamos estar en el centro del escenario, por lo que de manera intuitiva sobreestimamos el grado en que los demás dirigen su atención a nosotros.

Timothy Lawson (2010) exploró el efecto de reflector pidiéndoles a estudiantes universitarios que se pusieran una sudadera estampada con el águila de Estados Unidos antes de reunirse con un grupo de compañeros. Casi 40% estaban seguros de que los observadores recordarían lo que decía su sudadera, pero de hecho solo 10% lo recordó. La mayoría de los observadores ni siquiera se percató de que los estudiantes se cambiaron las sudaderas después de salir de la habitación por unos cuantos minutos. En otro experimento, incluso la vestimenta vergonzosa, como una camiseta con la imagen del cantante Barry Manilow, provocó que solo 23% de los observadores la notaran, muchos menos del 50% estimado por los estudiantes que portaban en su pecho al cantante de la década de 1970 (Gilovich et al., 2000).



Debido al efecto de reflector, esta estudiante recién ingresada a la universidad podría pensar que todos la miran y sentirse avergonzada de la atención que le dan sus padres, aunque sus compañeros no lo notan en realidad.
©David Burch/Uppercut Images/Getty Images

Lo que es válido acerca de nuestra ropa rarita y nuestros malos peinados también es válido en cuanto a nuestras emociones: ansiedad, irritación, asco, engaño o atracción hacia alguien más (Gilovich et al., 1998). Son menos las personas que lo notan de lo que suponemos. Al estar profundamente conscientes de nuestras emociones, a menudo sufrimos de una **ilusión de transparencia**. Si estamos felices y lo sabemos, entonces de seguro nuestro rostro lo mostrará. Y suponemos que los demás se darán cuenta. De hecho, podemos ser más confusos de lo que pensamos (véase: "Acercamiento a la investigación: estar nervioso de parecer nervioso").

Además de pensar que nuestras emociones son transparentes, también sobreestimamos la visibilidad de nuestras equivocaciones sociales y deslices mentales en público. Cuando detonamos la alarma de la biblioteca o insultamos de manera accidental a alguien, es posible que nos sintamos mortificados ("Todo el mundo creerá que soy un desgraciado"). Pero la investigación demuestra que aquello que nos atormenta es algo que los demás apenas notan y que pronto olvidan (Savitsky et al., 2001).

El efecto de reflector y la ilusión relacionada de transparencia son solo dos ejemplos de la interacción entre nuestro sentido del yo y nuestros mundos sociales. Estos son unos cuantos más:

- *Los entornos sociales afectan nuestra autoconciencia.* Cuando somos el único miembro de nuestra raza, género o nacionalidad dentro de un grupo, nos damos cuenta de cómo diferimos de los demás y de la manera en que ellos reaccionan hacia nuestra diferencia. Una vez, un amigo estadounidense blanco me dijo [DM] lo cohibido que se sentía por

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Estar nervioso de parecer nervioso

¿Alguna vez se ha sentido intimidado cuando aborda a alguien por quien siente atracción, con la preocupación de que su nerviosismo sea obvio? ¿O sintió que temblaba al hablar frente a un público y supuso que todos lo notarían?

Kenneth Savitsky y Thomas Gilovich (2003) sabían con base en sus estudios y en los de otros investigadores que las personas sobreestiman el grado al que se "filtran" sus estados internos. La gente a la que se le pide decir mentiras supone que los demás descubrirán su engaño, que para ellos parece tan obvio. Las personas a las que se les pide probar bebidas con un sabor horrible suponen que los demás notarán el asco que apenas pueden refrenar.

Muchas personas que presentan un informe no solo se sienten ansiosas, sino que también les provoca ansiedad que los demás lo noten. Y si sienten que las rodillas y las manos les tiemblan, su preocupación por que los otros lo noten puede agravar y perpetuar su ansiedad. Esto es similar a preocuparse por no poder dormir, lo cual afecta además la posibilidad de conciliar el sueño, o sentirse ansioso por tartamudear, lo cual empeora el tartamudeo.

Savitsky y Gilovich se preguntaron si la ilusión de transparencia podría aparecer en oradores no experimentados y si eso alteraría su desempeño. Para averiguarlo, invitaron a 40 alumnos de la Universidad Cornell a que acudieran en parejas a su laboratorio. Una persona se paraba en el podio y hablaba durante tres minutos (sobre un tema como "Las mejores y peores cosas de la vida actual") mientras el otro se sentaba a escucharla. Luego ambos intercambiaban de posición y la otra daba una plática improvisada durante tres minutos. Después, ambos calificaban qué tanto nerviosismo pensaban haber demostrado durante su presentación (desde 0, para nada, hasta 10, mucho) y qué tan nerviosa parecía la otra persona.

¿Cuáles fueron los resultados? Las personas calificaron su propia apariencia como relativamente nerviosa (6.65, en promedio). Pero su compañero no les pareció tan nervioso (5.25), que representa una diferencia de la magnitud suficiente como para ser significativa desde el punto de vista estadístico (esto quiere decir que una diferencia así de grande, para esta muestra de personas, tiene poca probabilidad de deberse a una variación aleatoria). Veintisiete de los 40 participantes (68%) creían haber parecido más nerviosos que sus compañeros.

Para verificar la confiabilidad de sus hallazgos, Savitsky y Gilovich *replicaron* (repitieron) y ampliaron su experimento al pedirle a las personas que hablaran frente a un público de individuos que no darían un discurso, para descartar la posibilidad de que esto pudiera explicar los resultados anteriores. De nuevo, los oradores sobreestimaron la transparencia de su nerviosismo.

A continuación, los investigadores se preguntaron si el hecho de informar a los oradores que su nerviosismo no es tan obvio podría ayudarles a relajarse y tener un mejor desempeño. Invitaron a otros 77 estudiantes de Cornell a que acudieran a su laboratorio y después de una preparación de cinco minutos, dieron un discurso videograbado de tres minutos acerca de las relaciones entre personas de diferentes razas en su universidad. Dividieron a los estudiantes en tres grupos. Aquellos del primer grupo (*condición control*) no recibieron instrucciones adicionales. A los del segundo grupo (*condición de apoyo*) se les dijo que era natural sentirse ansiosos, pero que: "No deberías preocuparte mucho por lo que piensen los demás... Con esto en mente, tan solo deberías relajarte y tratar de hacer tu mejor esfuerzo. Date cuenta de que si te sientes nervioso, quizá no deberías preocuparte por ello". Al tercer grupo, es decir, las personas en la *condición informada*, se les explicó la ilusión de transparencia. Después de decirles que era natural sentirse ansiosos, los experimentadores añadieron: "La investigación ha encontrado que el público no puede percatarse de tu ansiedad al grado en que podrías esperarlo... Las personas que dan un discurso sienten que su nerviosismo es transparente, pero en realidad esos sentimientos no son tan aparentes... Con esto en mente, tan solo deberías relajarte y tratar de hacer tu mejor esfuerzo. Date cuenta de que si te pones nervioso, es probable que seas el único que se dé cuenta de ello".

Después de los discursos, los oradores calificaron la calidad de su discurso y su nerviosismo percibido (utilizando esta vez una escala de siete puntos) y también los calificaron los observadores. Como se muestra en el **cuadro 2.1**, aquellos a los que se informó del fenómeno de la ilusión de transparencia se sintieron mejor con sus discursos y apariencia que las personas en las condiciones de control y de apoyo. Lo que es más, los observadores confirmaron las autoevaluaciones de los oradores.

Así que, la siguiente vez que se sienta nervioso de parecer nervioso, deténgase un momento y recuerde la lección de estos experimentos: otras personas se percatan menos de lo que usted podría suponer.

CUADRO 2.1 Calificaciones promedio de los discursos por parte de los oradores y observadores en una escala de 1 a 7.

Tipo de calificación	Condición de control	Condición de apoyo	Condición informada
Autocalificaciones de los oradores			
Calidad del discurso	3.04	2.83	3.50*
Apariencia relajada	3.35	2.69	4.20*
Calificación de los observadores			
Calidad del discurso	3.50	3.62	4.23*
Apariencia serena	3.90	3.94	4.65*

*Cada uno de estos resultados difiere por un margen estadístico significativo de los de las condiciones de control y de apoyo.

ser blanco mientras vivía en una villa rural de Nepal; una hora después, una amiga afroestadounidense me dijo lo cohibida que se sintió por ser estadounidense mientras estuvo en África.

- *El interés propio tiñe nuestro juicio social.* Cuando surgen problemas en una relación estrecha, en general atribuimos más responsabilidad a nuestros compañeros que a nosotros mismos. Cuando las cosas van bien en casa, en el trabajo o en las actividades recreativas, consideramos que somos más responsables de ello.
- *La preocupación por uno mismo motiva nuestro comportamiento social*. Con la esperanza de crear una impresión positiva, nos atormentamos sobre nuestra apariencia. Como políticos experimentados, también vigilamos el comportamiento y las expectativas de los demás para adaptar nuestra conducta en consonancia.
- *Las relaciones sociales ayudan a definir nuestro sentido del yo*. En nuestras diversas relaciones, tenemos yoes diversos, como señalan Susan Andersen y Serena Chen (2002). Es posible que tengamos un yo para nuestra mamá, otro para los amigos, otro para los maestros. Nuestra manera de pensar acerca de nosotros mismos se relaciona con la persona con la que estamos en el momento. Y cuando las relaciones cambian, es posible que también cambie nuestro autoconcepto. Los estudiantes universitarios que se separaron recientemente de su pareja cambiaron sus autopercepciones y se sintieron menos seguros de quiénes eran, que es una de las razones por las que los rompimientos amorosos provocan angustia emocional (Slotter et al., 2010).

Como sugieren estos ejemplos, el tránsito entre nosotros y los demás corre en ambos sentidos. Nuestro sentido de nosotros mismos afecta cómo respondemos a los demás y los demás ayudan a moldear nuestro sentido del yo.

"No existe tema más interesante para la gente que la gente. Es más, para la mayoría de las personas, el tema más interesante es el que se refiere a ellos mismos".

—Roy F. Baumeister, *The Self in Social Psychology,* 1999

En la actualidad no existe en la psicología mayor tema de investigación que el yo. En 2016, la palabra "yo" apareció en 26 016 resúmenes de libros y artículos en *PsycINFO* (el archivo electrónico de las investigaciones psicológicas), lo cual representa 25 veces más de lo que aparecía en 1970. Nuestro sentido del yo organiza nuestros pensamientos, sentimientos y acciones y nos permite recordar nuestro pasado, evaluar nuestro presente y proyectar nuestro futuro y, por ende, comportarnos en forma adaptativa.

En capítulos posteriores verá que muchos aspectos de nuestra conducta no están controlados de manera consciente, sino que, más bien, son automáticos y poco relacionados con la conciencia de nosotros mismos. Sin embargo, el yo sí permite la planeación a largo plazo, el establecimiento de metas y el control. Imagina alternativas, se compara a sí mismo con los demás y se ocupa de gestionar su reputación y relaciones. Lo que es más, como señaló Mark Leary (2004a) en su libro apropiadamente titulado *The Curse of the Self* (*La maldición del yo*), a veces el yo puede ser un impedimento para una vida satisfactoria. Esa es la razón por la que las prácticas de meditación religiosas o espirituales buscan eliminar las preocupaciones egocéntricas del yo, aquietando al ego, reduciendo sus atracciones hacia los placeres materiales y redirigiéndolas. El psicólogo Jonathan Haidt (2006) añade que "El misticismo, siempre y en todo lugar, se refiere a la pérdida del yo, trascender al yo y fusionarse con algo más grande que el yo".

En lo que resta del capítulo, examinamos nuestro autoconcepto (cómo llegamos a conocernos a nosotros mismos) y al yo en acción (la forma en que el yo impulsa nuestras actitudes y acciones).

EN RESUMEN: Reflectores e ilusiones: ¿qué nos enseñan de nosotros mismos?

- Preocupados por las impresiones que dejamos en los demás, tendemos a creer que los otros nos prestan más atención de la que en realidad ponen en nosotros (*efecto de reflector*).
- También tendemos a creer que nuestras emociones son más obvias de lo que son (*ilusión de transparencia*).

AUTOCONCEPTO: ¿QUIÉN SOY?

Comprenda cómo, y con cuánta precisión, nos conocemos a nosotros mismos y qué determina nuestro autoconcepto.

Intente lo siguiente: complete la oración "Yo soy _____" de cinco maneras diferentes. Sus respuestas le darán un indicio de su **autoconcepto**.

autoconcepto
Aquello que sabemos y creemos de nosotros mismos.

EN EL CENTRO DE NUESTRO MUNDO ESTÁ NUESTRO SENTIDO DEL YO

El aspecto más importante de uno mismo es el propio yo. Para descubrir de dónde proviene ese sentido del yo, los neurocientíficos han explorado la actividad cerebral que subyace a nuestra sensación constante de ser uno mismo. La mayoría de los estudios sugieren que el hemisferio derecho tiene un papel importante (Van Veluw y Chance, 2014). Si lo pone a dormir (con un anestésico inyectado en su carótida derecha) es posible que tenga problemas para reconocer su propio rostro. Un paciente con daño en el hemisferio derecho era incapaz de reconocer que su mano izquierda era suya y que la estaba controlando (Decety y Sommerville, 2003). Aparentemente, la corteza prefrontal media, que es una vía neuronal localizada en la hendidura en medio de sus hemisferios cerebrales justo por detrás de sus ojos, ayuda a integrar su sentido del yo. Se activa más cuando usted piensa en sí mismo (Farb et al., 2007; Zimmer, 2005).

Los elementos de su autoconcepto, las creencias específicas según las cuales se define a usted mismo, son sus **esquemas del yo** (Markus y Wurf, 1987). Los *esquemas* son patrones mentales según los cuales organizamos nuestros mundos. Nuestros esquemas del *yo* (la percepción de nosotros mismos como atléticos, con sobrepeso, listos o cualquier otra cosa) afectan de manera poderosa cómo percibimos, recordamos y evaluamos a otras personas y a nosotros mismos. Si ser atlético es uno de sus esquemas del yo, entonces tenderá a percatarse de los cuerpos y habilidades de los demás, recordará con rapidez las experiencias relacionadas con deportes y recibirá con gusto la información que sea consistente con su esquema como atleta (Kihlstrom y Cantor, 1984). Debido a que es frecuente que los cumpleaños formen piezas esenciales de información dentro de los esquemas del yo, si el cumpleaños de un amigo es cercano al suyo, es más probable que lo recuerde (Kesebir y Oishi, 2010). Los esquemas del yo que conforman nuestros autoconceptos nos ayudan a organizar y recuperar nuestras experiencias.

esquema del yo
Creencias acerca del yo que organizan y guían el procesamiento de información relevante para el yo.

Comparaciones sociales

¿Cómo decidimos si somos ricos, inteligentes o chaparros? Una manera es a través de las **comparaciones sociales** (Festinger, 1954). Los demás nos ayudan a definir los estándares según los cuales nos definimos como ricos o pobres, listos o tontos, altos o bajos: nos comparamos con ellos y consideramos en qué diferimos. La comparación social explica por qué los estudiantes de preparatoria tienden a considerarse mejores estudiantes si sus compañeros tienen un desempeño promedio (Marsh et al., 2000; Wang, 2005) y la manera en que el autoconcepto se ve amenazado después de la graduación cuando un estudiante que sobresalió en la preparatoria promedio ingresa a una universidad selectiva en términos académicos. El pez gordo ya no está en un estanque pequeño.

comparación social
Evaluar las propias opiniones y capacidades a través de la comparación con otros.

Gran parte de la vida gira alrededor de las comparaciones sociales. Nos sentimos guapos cuando otros parecen poco atractivos, inteligentes cuando los demás parecen simplones, atentos cuando los otros parecen insensibles. Más dinero no siempre conduce a mayor felicidad, pero tener más dinero que aquellos que lo rodean sí puede hacerlo más feliz (Solnick y Hemenway, 1998). Cuando atestiguamos el desempeño de un compañero, no podemos resistir compararnos implícitamente (Gilbert et al., 1995). Por ende, es posible que nos complazca de manera íntima el fracaso de un compañero, en especial cuando le sucede a alguien que envidiamos y cuando no nos sentimos vulnerables a tal infortunio (Lockwood, 2002; Smith et al., 1996). Es posible que haya escuchado el término en alemán para esto: *Schadenfreude*.

A veces, la comparación social se basa en información incompleta. ¿Alguna vez ha estado en Facebook y ha pensado: "Todos mis amigos se divierten mucho más que yo"? Si es así, no está solo. Los estudiantes universitarios que pasaban más tiempo en Facebook tenían mayor probabilidad de creer que las demás personas eran más felices y tenían vidas mejores que ellos (Chou y Edge, 2012). Por

Comparaciones sociales: las personas tienden a destacar en redes sociales solo las partes mejores y más emocionantes de sus vidas, por lo que la comparación social en línea con frecuencia se basa en información incompleta.
©Sam Edwards/Caiaimage/Getty Images

supuesto que no puede ser cierto que todos se diviertan más que cualquier otra persona, sino que los usuarios de Facebook publican los aspectos más emocionantes y positivos de sus vidas. Como era de esperarse, los usuarios de Facebook que se comparaban socialmente con otras personas en ese sitio tenían mayor probabilidad de deprimirse, un fenómeno que los investigadores llamaron "ver las tomas de los momentos destacados de todos los demás" (Steers et al., 2014). Esta comparación social sesgada podría ser una de las razones por las que era más frecuente que los jóvenes adultos que usaban Facebook se sintieran más ansiosos, más solos y menos satisfechos con sus vidas (Huang, 2017; Kross et al., 2013). Un experimento encontró el mismo resultado: las personas asignadas en forma aleatoria a no ingresar a Facebook durante una semana terminaron la semana sintiéndose más felices que aquellos que siguieron utilizando el sitio (Tromholt, 2016).

Las comparaciones sociales también pueden reducir nuestra satisfacción en otros sentidos. Cuando experimentamos un aumento en riqueza, estatus o logro, nos "comparamos en sentido ascendente"; es decir, subimos los estándares según los cuales evaluamos nuestros logros y nos comparamos con otras personas que tienen resultados incluso mayores. Cuando ascendemos por la escalera del éxito, tendemos a mirar hacia arriba, no hacia abajo (Gruder, 1977; Suls y Tesch, 1978; Wheeler et al., 1982). Cuando enfrentamos una competencia, a menudo protegemos nuestro frágil autoconcepto percibiendo que nuestro competidor tiene mayores ventajas. Por ejemplo, los nadadores universitarios creían que sus competidores tenían mejores entrenadores y mayor tiempo de práctica (Shepperd y Taylor, 1999). Incluso la actividad sexual está sujeta a la comparación social. Los adultos que tienen sexo con mayor frecuencia son más felices, ¡lo cual es fácil de suponer! Pero luego entran en juego las comparaciones sociales: las personas que tienen mucho sexo son menos felices si sus pares tienen más sexo que ellos (Wadsworth, 2014). En apariencia, no juzgamos únicamente cuánto nos estamos divirtiendo, sino cómo se compara eso con la diversión que disfrutan todos los demás.

"¡No hagan comparaciones!"
—Rey Carlos I (1600–1649)

Los juicios de otras personas

Cuando la gente piensa bien de nosotros, pensamos, a la vez, bien de nosotros mismos. Los niños a los que otras personas consideran intelectualmente dotados, trabajadores o cooperativos tienden a incorporar esas ideas dentro de sus autoconceptos y conducta. Los niños a los que se elogia por "ser colaboradores" (en lugar de "por colaborar") posteriormente colaboran más; eso se convierte en parte de su identidad (Bryant et al., 2014). Si los estudiantes de minorías raciales se sienten amenazados por estereotipos negativos acerca de sus capacidades académicas, o las mujeres se sienten amenazadas por las bajas expectativas en cuanto a su desempeño en matemáticas y ciencias, es posible que no se identifiquen con estos ámbitos. En lugar de luchar contra esos prejuicios, posiblemente pongan sus intereses en otra parte (Steele, 2010).

El *yo espejo* fue la forma en que el sociólogo Charles H. Cooley (1902) describió la manera en que usamos las percepciones de los demás como un espejo para percibirnos a nosotros mismos. Otro sociólogo llamado George Herbert Mead (1934) redefinió este concepto, señalando que lo importante para nuestro autoconcepto no es cómo nos ven realmente los demás, sino la manera en que *imaginamos* que nos ven. En general, la gente se siente con mayor libertad de elogiar que de criticar; expresan sus cumplidos y refrenan sus ofensas. En consecuencia, es posible que sobreestimemos la aprobación de los demás, inflando nuestra autoimagen. Por ejemplo, las personas tienden a considerarse como más atractivas en el aspecto físico de lo que son (Epley y Whitchurch, 2008).

individualismo
El concepto de dar prioridad a las propias metas por encima de las metas grupales y definir la propia identidad en términos de los atributos personales, más que por las identificaciones grupales.

EL YO Y LA CULTURA

¿Cómo completó la oración "Yo soy ..."? ¿Señaló información relacionada con sus características personales, como "Soy sincero", "Soy alto" o "Soy extravertida"? O también describió su identidad social, como "Soy piscis", "Soy un McDonald" o "Soy musulmán"?

En algunas personas, en especial aquellas de las culturas occidentales industrializadas, el **individualismo** prevalece. La identidad está contenida dentro de uno mismo. Convertirse en adulto implica

separarse de los padres, volviéndose autosuficiente, y definir el propio **yo independiente** personal. La propia identidad (como individuo único con capacidades, rasgos, valores y sueños particulares) continúa siendo algo bastante constante.

La cultura occidental supone que la vida se enriquecerá si uno cree en su propio poder de control personal. La literatura en Occidente, desde *La Ilíada* hasta *Las aventuras de Huckleberry Finn*, celebra al individuo autosuficiente. Las tramas de las películas muestran a rudos héroes que se enfrentan contra el sistema. Las canciones proclaman "Tengo que ser yo" y afirman que "El mayor amor de todos" es amarse uno mismo (Schoeneman, 1994) o declaran sin ironía "Soy un dios" o "Creo que el mundo debería girar a mi alrededor". El individualismo prospera cuando la gente experimenta riqueza, movilidad, urbanismo, prosperidad económica y medios masivos de comunicación, y cuando las economías se alejan de la manufactura hacia las industrias informáticas y de servicios (Bianchi, 2016; Grossmann y Varnum, 2015; Triandis, 1994). Tales cambios ocurren en todo el mundo y, en consecuencia, como podríamos esperarlo, el individualismo aumenta en todo el planeta (Santos et al., 2017).

Las culturas colectivistas se enfocan menos en la identidad individual y más en la identidad grupal.
©xavierarnau/Getty Images

yo independiente
Interpretar la propia identidad como un yo autónomo

colectivismo
Dar prioridad a las metas del propio grupo (a menudo la familia extendida o grupo de trabajo) y definir la propia identidad en consonancia.

La mayoría de las culturas nativas de Asia, África y América Central y Sudamérica dan mayor valor al **colectivismo**, al respetar al grupo e identificarse con él. En estas culturas, la gente es más autocrítica y se enfoca menos en una perspectiva positiva de sí misma (Heine et al., 1999). Los malayos, indios, coreanos, japoneses y kenianos tradicionales, como los masai, por ejemplo, están en mucha más probabilidad que los australianos, estadounidenses y británicos de responder la afirmación de "Yo soy" con las identidades de su grupo (Kanagawa et al., 2001; Ma y Schoeneman, 1997). Al hablar, la gente que utiliza los idiomas de los países colectivistas dice con menos frecuencia la palabra "yo" (Kashima y Kashima, 1998, 2003). En comparación con los sitios web eclesiásticos de Estados Unidos, los sitios web de las iglesias en Corea dan mayor importancia a las relaciones sociales y a la participación social que al crecimiento espiritual personal y a la superación personal (Sasaki y Kim, 2011).

Por supuesto que encasillar las culturas como solamente individualistas o colectivistas es una simplificación exagerada, porque dentro de cualquier cultura el individualismo varía de una persona a otra (Oyserman et al., 2002a, 2002b). Existen chinos individualistas y estadounidenses colectivistas, y la mayoría de la gente se comporta de manera comunal en algunas ocasiones e individualista en otras (Bandura, 2004). El individualismo y el colectivismo también varían a lo largo de un país según las perspectivas políticas y las regiones. Los conservadores tienden a ser individualistas económicos ("no me impongas impuestos ni me regules") y colectivistas morales ("legisla contra la inmoralidad"). Los liberales tienden a ser colectivistas económicos ("aprobemos la atención médica universal") e individualistas morales ("no impongas leyes sobre mi propio cuerpo"). En Estados Unidos, los nativos de Hawái y las personas que viven en la zona sur del país son más colectivistas que aquellos de los estados occidentales como Oregón y Montana (Plaut et al., 2002; Vandello y Cohen, 1999). Los ricos son más individualistas que los pobres, los hombres más que las mujeres, los blancos más que los no blancos y los habitantes de San Francisco más que los bostonianos (Kraus et al., 2012; Markus y Conner, 2013; Plaut et al., 2012). En China, la gente que habita en áreas que se dedican al cultivo del arroz (que requiere mayor cooperación colectiva) son más colectivistas que quienes viven en áreas de cultivo de trigo (Talhelm et al., 2014). A pesar de las variaciones individuales y subculturales, los investigadores siguen considerando al individualismo y al colectivismo como variables culturales genuinas (Schimmack et al., 2005).

Individualismo creciente dentro de las culturas

Las culturas también pueden cambiar con el tiempo y muchas parecen estarse volviendo más individualistas. Una manera de observar este fenómeno es utilizando el Google Books Ngram Viewer, que muestra el uso de términos y frases en el texto completo de cinco millones de libros

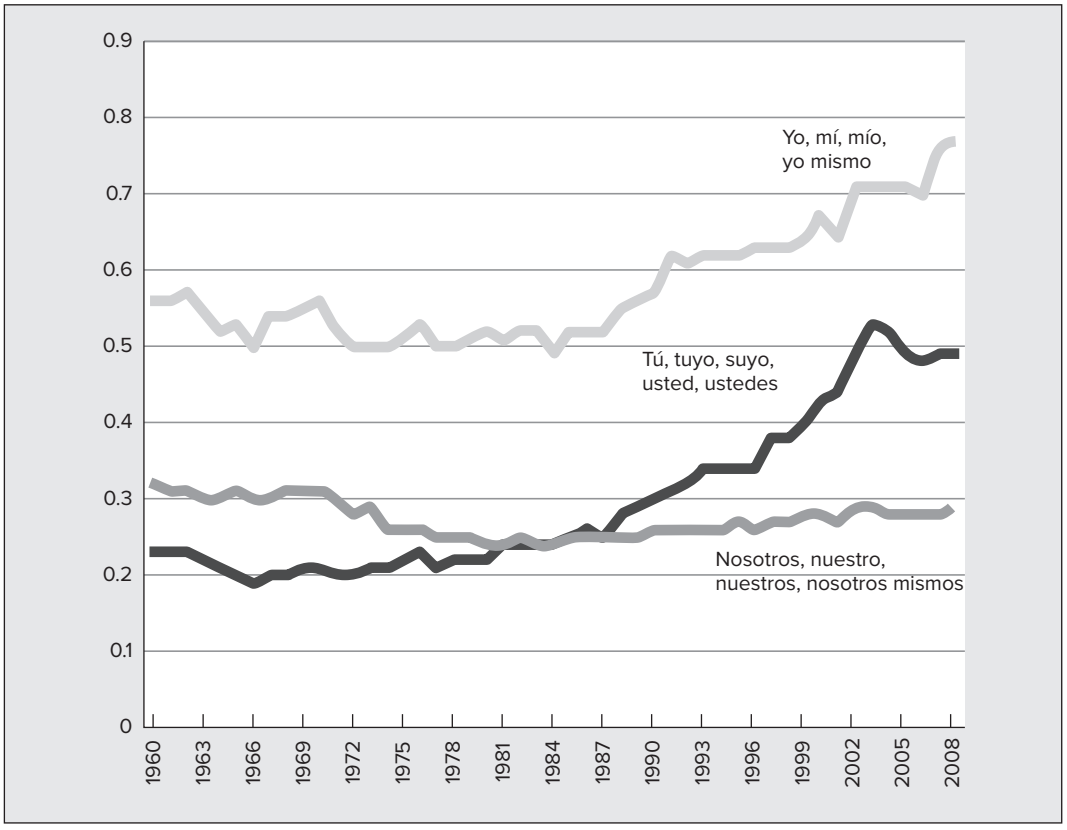


FIGURA 2.1
En la base de datos de Google Books, los libros estadounidenses en el primer decenio del siglo XXI (en comparación con aquellos de 1960-1979) utilizaron con más frecuencia *yo*, *mí*, *mío* y *yo mismo;* y *tú*, *tuyo*, *usted*, ustedes.
Fuente: Twenge et al., 2012.

desde el siglo XIX (póngalo a prueba; está en línea y es gratis). En el decenio del 2000, en comparación con décadas anteriores, los libros publicados en Estados Unidos utilizaron más la palabra "recibir" que la palabra "dar" (Greenfield, 2013), y utilizaron "yo", "mí" y "tú", más que "nosotros" y "nuestro" (Twenge et al., 2013; véase **figura 2.**1). Este patrón de mayor individualismo también aparece en libros en ocho idiomas diferentes en todo el mundo (Yu et al., 2016).

Las letras de canciones populares también empezaron a privilegiar el uso de "yo" y "mí" y menos el uso de "nosotros" y "nuestro" entre 1980 y 2007 (DeWall et al., 2011), con un cambio en la norma que va de las canciones sentimentales de la década de 1980 ("*Endless Love*" ["Amor infinito"], 1981) a la celebración de uno mismo en la primera década del siglo XXI (cuando Justin Timberlake recuperó por sí solo el concepto de lo sensual con "*Sexy Back*" en 2006).

En las culturas individualistas, ser diferente y destacarse se considera como una ventaja. En las culturas colectivistas se ve como un perjuicio.
©Carlos Arguelles/Shutterstock

Incluso su propio nombre podría mostrar el cambio hacia el individualismo: ahora los padres estadounidenses parecen menos inclinados a ponerles nombres comunes a sus hijos y más proclives a ayudarles a distinguirse con un nombre inusual. Aunque cerca de 20% de los varones nacidos en 1990 recibieron uno de los 10 nombres más comunes, menos de 8% recibieron esos nombres para 2016, con cifras semejantes para las niñas (Twenge et al., 2016). Actualmente, no hay que ser hijo de una celebridad para recibir un nombre tan único como North, Suri o Apple.

Los estadounidenses y australianos, la mayoría de los cuales son descendientes de quienes se lanzaron por sí solos a emigrar, tienen mayor probabilidad que los europeos de ponerles nombres poco comunes a sus hijos. Los padres en el área occidental de Estados Unidos y en Canadá, descendientes de pioneros independientes, tienen mayor probabilidad de ponerle nombres poco comunes a sus hijos que los habitantes más establecidos del Este (Varnum y Kitayama, 2011). Mientras más individualista es la época o el lugar, más niños reciben nombres únicos.

Estos cambios demuestran un principio que va más allá del nombre: la interacción entre los individuos y la sociedad. ¿La cultura se enfocó primero en las cualidades únicas y causó la elección de los nombres en los padres o los padres en particular decidieron que querían que sus hijos fueran únicos, creando con ello la cultura? Una pregunta similar a la del huevo y la gallina se aplica a las letras de las canciones: ¿La población más enfocada en sí misma escucha canciones más enfocadas en uno mismo o escuchar canciones más enfocadas en uno mismo provoca que la gente se vuelva más enfocada en sí misma? Aunque todavía no se entiende por completo, es probable que la respuesta sea ambas cosas (Markus y Kitayama, 2010).

Cultura y cognición

En su libro *The Geography of Thought* (*La geografía del pensamiento*; 2003), el psicólogo Richard Nisbett sostiene que el colectivismo también conduce a diferentes formas de pensar. Cuando se muestra una escena subacuática animada (**figura 2.2**), los japoneses recordaron de manera espontánea 60% más de las características del fondo que los estadounidenses, y hablaron de más relaciones (la rana junto a la planta). Los estadounidenses observaron más el objeto focal, como el gran pez que está solo, y menos el entorno (Chua et al., 2005; Nisbett, 2003). Al mostrar dibujos a grupos de niños, los estudiantes japoneses tomaron en cuenta las expresiones faciales de todos los niños al calificar la felicidad o enojo de un niño en particular, en tanto que los estadounidenses se enfocaron solo en el niño que se les pidió evaluar (Masuda et al., 2008). Las fotografías de los perfiles en Facebook muestran un efecto cultural parecido: las selfies de los estudiantes de Estados Unidos presentaban con mayor frecuencia acercamientos de sus rostros, mientras que los estudiantes taiwaneses con mayor probabilidad elegían una foto con parte del fondo (Huang y Park, 2012). Nisbett y Takahiko Masuda (2003) concluyen a partir de estudios de este tipo que los habitantes del Extremo Oriente piensan de manera más holística, percibiendo y pensando en los objetos y personas en su relación entre sí y con su ambiente.

FIGURA 2.2

Pensamiento asiático y occidental

Cuando se les mostró una escena subacuática, los estadounidenses se enfocaron en el pez más grande. Los asiáticos se refirieron con más frecuencia al fondo, como las plantas, las burbujas y las piedras (Nisbett, 2003).

Si usted se crió en una cultura occidental, es probable que le hayan dicho que se exprese mediante la escritura, las decisiones que toma, los productos que compra y, quizás, mediante sus tatuajes o perforaciones. Cuando se les preguntó acerca del propósito del lenguaje, los estudiantes de Estados Unidos eran más proclives a explicar que les permite la autoexpresión, mientras que los estudiantes coreanos se enfocaron en la manera en que el lenguaje permite la comunicación con los demás. También fue más probable que los estadounidenses consideraran sus decisiones como expresiones de sí mismos y que evaluaran de manera más favorable sus elecciones personales (Kim y Sherman, 2007). El *latté* individual ("descafeinado, con un solo *shot*, bajo en grasa, extracaliente") que parece perfecto en una cafetería de Norteamérica parecería extraño en Seúl, indican Kim y Hazel Markus (1999). En Corea, la gente le da menos valor a expresar sus cualidades únicas y más a la tradición y a las prácticas compartidas (Choi y Choi, 2002; **figura 2.3**). Los anuncios publicitarios coreanos tienden a mostrar personas juntas, en tanto que los anuncios estadounidenses destacan las decisiones personales o la libertad (Markus, 2001; Morling y Lamoreaux, 2008).

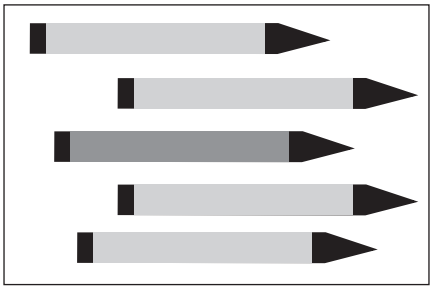


FIGURA 2.3

¿Cuál pluma elegiría?

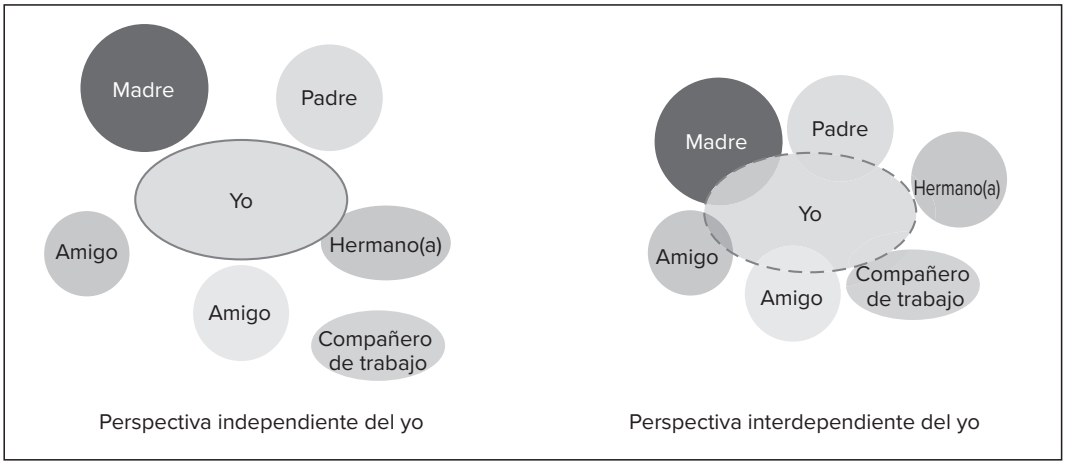
Cuando Heejung Kim y Hazel Markus (1999) invitaron a las personas a elegir uno de estos bolígrafos, 77% de los estadounidenses, pero solo 31% de los asiáticos, eligieron el color poco común (sin importar si era gris oscuro, como en este caso, o gris claro). Este resultado ilustra las preferencias culturales diferentes en cuanto a singularidad y conformidad, indican Kim y Markus.

Las culturas colectivistas también promueven un mayor sentido de pertenencia y más integración entre el yo y los otros. Cuando se pidió a participantes chinos que pensaran en sus madres, se activó una región cerebral asociada con el yo: un área que se iluminó en los participantes estadounidenses solo cuando pensaron en sí mismos (Zhu et al., 2007). Los yoes interdependientes no tienen un solo yo, sino muchos: el yo con los padres, el yo en el trabajo, el yo con amigos (Cross et al., 1992). Como sugieren la **figura 2.4** y el **cuadro 2.2**, el yo interdependiente está inscrito dentro de las membresías sociales. La conversación es menos directa y más respetuosa (Holtgraves, 1997) y la gente se enfoca más en obtener la aprobación social (Lalwani et al., 2006). Entre los estudiantes chinos, la mitad dijo que dejarían de salir con alguien si sus padres no lo aprobaban, en comparación con menos de un tercio de los estudiantes

FIGURA 2.4

Interpretación del yo como independiente o interdependiente

El yo independiente reconoce las relaciones con los demás, pero el yo interdependiente está más fusionado con los demás. (Markus y Kitayama, 1991).



estadounidenses (Zhang y Kline, 2009). En una cultura colectivista, la meta de una vida social es apoyar a las comunidades que rodean al individuo y armonizar con ellas, por el contrario, en las sociedades más individualistas se privilegia mejorar el propio yo y tomar decisiones independientes.

CULTURA Y AUTOESTIMA

"Uno necesita cultivar el espíritu de sacrificio del *pequeño yo* para alcanzar los beneficios del *gran yo*".

—Proverbio chino

En las culturas colectivistas, la autoestima tiende a ser maleable (específica del contexto) en lugar de estable (perdurable entre situaciones). En un estudio, cuatro de cada cinco estudiantes canadienses coincidieron en que seguían siendo esencialmente la misma persona en diferentes situaciones, en comparación con solo uno de cada tres estudiantes chinos y japoneses (Tafarodi et al., 2004).

Para quienes provienen de culturas individualistas, la autoestima es más personal y menos relacional. Si la identidad personal de un individuo occidental se ve amenazada, se sentirá más enojado y triste que cuando se amenaza su identidad colectiva (Gaertner et al., 1999), A diferencia de los japoneses, que persisten más en tareas en las que están fallando, las personas en países individualistas persisten más cuando tienen éxito, porque el éxito eleva la autoestima (Heine et al., 2001). Los individualistas occidentales gustan de hacer comparaciones con los demás cuando estas elevan su autoestima. Los colectivistas asiáticos hacen comparaciones (a menudo en sentido ascendente, con aquellos que tienen mejor desempeño) de modos que facilitan la superación personal (White y Lehman, 2005).

Así que, ¿cuándo supone usted que los estudiantes universitarios en el colectivista Japón y el individualista Estados Unidos tienen más probabilidad de informar emociones positivas como felicidad y júbilo? Para los estudiantes japoneses, la felicidad proviene de una participación social positiva, con sensaciones de cercanía, amistad y respeto. Para los estadounidenses, es más frecuente que esto ocurra con emociones desvinculadas, como la sensación de eficiencia, superioridad y orgullo (Kitayama y Markus, 2000). Es frecuente que en las culturas colectivistas el conflicto se presente entre grupos; las culturas individualistas engendran mayor conflicto (y delincuencia y divorcios) entre individuos (Triandis, 2000).

CUADRO 2.2 Autoconcepto: independiente o interdependiente

	Independiente (individualista)	Interdependiente (colectivista)
La identidad es	Personal, definida por rasgos y metas individuales	Social, definida por la relación con otros
Lo que importa	Yo: logros y satisfacción personales; mis derechos y libertades	Nosotros: metas grupales y solidaridad; nuestras responsabilidades y relaciones sociales
Desaprueba	La conformidad	El egoísmo
Lema ilustrativo	"Sé fiel a ti mismo"	"Nadie es una isla"
Culturas que sustenta	Occidental individualista	Colectivista asiática y del tercer mundo

Detalles DE LA HISTORIA

Hazel Markus y Shinobu Kitayama hablan de la psicología cultural

Comenzamos nuestra colaboración haciéndonos preguntas en voz alta. Shinobu, el investigador japonés, se preguntaba por qué la vida en Estados Unidos era tan extraña. Hazel, la investigadora estadounidense, respondió con anécdotas sobre lo extraño que es Japón. La psicología cultural trata acerca de cómo volver familiar lo extraño y extraño lo familiar. Nuestros encuentros culturales compartidos nos asombraron y convencieron de que, en lo que se refiere al funcionamiento psicológico, la cultura importa.

Luego de semanas de dar clases a estudiantes japoneses que tenían buen dominio del inglés, Hazel se preguntó por qué los alumnos no decían nada: ni preguntas, ni comentarios. Les aseguró que estaba interesada en ideas que fueran diferentes a las suyas, entonces ¿por qué no tenía respuesta alguna? ¿Dónde estaban los argumentos, los debates y las señales de pensamiento crítico? Incluso si hacía una pregunta directa como: "¿Dónde está el mejor restaurante de pastas?", la respuesta invariable era una audible inspiración de aire, seguida de "Depende". ¿Los estudiantes japoneses tienen preferencias, ideas, opiniones y actitudes? ¿Qué está dentro de una cabeza si no se tienen estas cosas? ¿Cómo se puede conocer a alguien si no dice lo que está pensando?

Shinobu tenía curiosidad sobre por qué los estudiantes en Estados Unidos no se dedicaban solo a escuchar la clase y por qué sentían la necesidad de interrumpirse constantemente entre sí y de hablar al mismo tiempo que los demás y que el maestro. ¿Por qué los comentarios y preguntas revelan emociones fuertes y tienen un sesgo competitivo? ¿Cuál era objetivo de estas discusiones? ¿Por qué la inteligencia parece asociarse con derrotar a otra persona, incluso dentro de una clase donde las personas se conocían bien entre sí?

Shinobu expresó su asombro acerca de los anfitriones estadounidenses que bombardean a sus invitados con opciones. ¿Quieres vino o cerveza, o un refresco o jugo, o un café o un té? ¿Por qué abrumar al invitado con decisiones triviales? Seguramente el anfitrión sabía cuál sería una buena bebida para la ocasión y simplemente podría darle al invitado algo que fuera apropiado.

¿Las elecciones son una carga? Hazel se preguntaba si esta podría ser la clave de una experiencia particularmente humillante que tuvo en Japón. Un grupo de ocho personas, todas originarias de Japón, excepto Hazel, estaban en un restaurante francés y todos seguían el guion universal de los restaurantes, analizando la carta. El mesero se acercó y se quedó parado a un lado. Hazel le informó su elección de un aperitivo y una entrada. A continuación se inició una tensa conversación entre el anfitrión japonés y los invitados japoneses. Cuando se sirvió la carne, no era lo que ella había pedido. Todos en la mesa recibieron el mismo platillo. Eso fue muy perturbador. Si no podías elegir tu propia cena, ¿cómo la disfrutarías? ¿Qué sentido tenía el menú si todos recibían la misma comida?

¿La monotonía sería una sensación buena o deseable en Japón? Mientras Hazel se paseaba por los jardines de un templo en Kioto, se topó con una intersección de caminos y un anuncio que decía: "sendero común". ¿Quién querría tomar el sendero común? ¿Dónde estaba el sendero especial, menos transitado? La elección obvia para los estadounidenses sería tomar el sendero no común, que en este caso conducía a un tiradero de basura fuera de los terrenos del templo. El sendero común no implicaba el camino aburrido y poco estimulante, sino la ruta apropiada y mejor.

Estos intercambios inspiraron nuestros estudios experimentales y nos recuerdan que existen modos de vida que están más allá de los que cada uno de nosotros conoce. Hasta la fecha, la mayoría de la psicología es producto de psicólogos que trabajan en entornos estadounidenses de personas blancas de clase media, estudiando a encuestados estadounidenses, blancos y de clase media. En otros contextos socioculturales puede haber ideas y prácticas diferentes sobre cómo ser una persona y cómo tener una vida satisfactoria y estas diferencias influyen en el funcionamiento psicológico. Esta comprensión impulsó nuestro continuo interés en la colaboración y en la psicología cultural.

Hazel Rose Markus
Universidad de Stanford
©Hazel Rose Markus

Shinobu Kitayama
Universidad de Michigan
Cortesía Shinobu Kitayama

Cuando después de diez años de enseñanza e investigación en Estados Unidos, Shinobu Kitayama (1999) visitó la Universidad de Kioto, que es su alma máter japonesa, los estudiantes de posgrado se quedaron pasmados cuando les explicó la idea occidental del yo individualista. "Insistí en explicar esta idea occidental del autoconcepto (que mis alumnos estadounidenses entendían de manera intuitiva) y finalmente empecé a convencerlos de que, de hecho, muchos estadounidenses tienen tal concepto del yo aislado. Aun así, uno de ellos, suspirando profundamente, me dijo al final: '¿Esto *realmente* puede ser cierto?'". (Para leer más sobre las diferencias psicológicas entre culturas, véase "Los detalles de la historia: Hazel Markus y Shinobu Kitayama hablan de la psicología cultural).

En las culturas colectivistas, la armonía proviene de la semejanza y las coincidencias.
©Visage/Getty Images

Cuando Oriente se encuentra con Occidente, ¿el autoconcepto se vuelve más individualizado? ¿Qué pasa cuando los japoneses se ven expuestos al consejo occidental de "creer en las propias posibilidades" y a las películas que presentan al policía heroico que atrapa al delincuente *a pesar* de la interferencia de otras personas? Como informan Steven Heine y sus colaboradores (1999), los japoneses se vuelven más individualistas. Ser un estudiante de intercambio tiene un efecto similar: la autoestima personal aumentó entre los estudiantes de intercambio japoneses luego de pasar siete meses en la Universidad de Columbia Británica. En Canadá, la autoestima individual también es mayor entre los inmigrantes asiáticos que han vivido largo tiempo allí que entre los inmigrantes más recientes (y mayor que entre las personas que viven en Asia). La cultura puede moldear la perspectiva del yo incluso en periodos cortos.

AUTOCONOCIMIENTO

"Conócete a ti mismo" exhortaba un antiguo oráculo griego. Seguramente lo intentamos. Formamos con facilidad creencias acerca de nosotros mismos y quienes pertenecemos a las culturas occidentales no dudamos en explicar por qué nos sentimos y actuamos como lo hacemos. Pero ¿qué tan bien nos conocemos a nosotros mismos?

"Existe una cosa y solo una cosa en todo el universo de la que sabemos más que lo que podríamos conocer a través de la observación externa", señalaba C. S. Lewis (1952, pp. 18-19). "Esa única cosa es [nosotros mismos]. Por decirlo así, tenemos información privilegiada: estamos enterados". En efecto es así, pero a veces *pensamos* que sabemos algo aunque nuestra información privilegiada es incorrecta. Esa es la conclusión inevitable de algunas investigaciones fascinantes.

Predicción de nuestro comportamiento

Considere dos ejemplos de cómo pueden errar las predicciones acerca de uno mismo:

"En realidad, no sé por qué estoy tan triste".

—William Shakespeare, *El mercader de Venecia,* 1596

- *Ver películas*. En alguna época, Netflix invitaba a sus usuarios a pronosticar qué filmes les gustaría ver posteriormente. Sin embargo, lo que veían posteriormente eran películas populacheras. "Enfrentados con esa disparidad —informó Seth Stephens-Davidowitz (2017)— Netflix dejó de pedirle a la gente que dijera qué querían ver en el futuro" y, en lugar de ello, les ofreció sugerencias "basadas en millones de clics y visitas de clientes similares... "
- *Futuro de las citas románticas y relaciones amorosas*. Inevitablemente, las parejas que empiezan a salir son optimistas respecto a cuánto durará su relación. Según informan Tara MacDonald y Michael Ross (1997), es frecuente que sus amigos y familia estén mejor enterados. Entre los alumnos de la Universidad de Waterloo, sus compañeros de habitación eran mejores que ellos mismos para pronosticar si los romances sobrevivirían. Los residentes médicos no eran tan buenos para predecir si les iría bien en un examen de habilidades quirúrgicas, pero sus compañeros en el programa predijeron el desempeño de los demás con una precisión asombrosa (Lutsky et al., 1993). Los observadores predijeron mejor las calificaciones en los exámenes de los estudiantes de psicología que los estudiantes mismos: principalmente porque se basaron en el desempeño pasado en lugar de en las esperanzas demasiado optimistas de los estudiantes en cuanto al éxito que tendrían (Helzer y Dunning, 2012). Así que si usted está enamorada y quiere saber si la relación durará, no escuche a su corazón: pregúntele a su compañera de cuarto.

falacia de la planificación
La tendencia a subestimar cuánto tiempo se requerirá para llevar a cabo una tarea.

Uno de los errores más comunes en la predicción del comportamiento consiste en subestimar cuánto tiempo llevará hacer una tarea (conocido como la **falacia de la planificación**). El proyecto de la autopista Big Dig de Boston, que supuestamente requeriría 10 años, tardó en realidad 20. El Teatro de la Ópera en Sydney, que se suponía que tardaría seis años, en realidad requirió 16. Menos de un tercio de las parejas comprometidas en matrimonio completaron sus planes de boda con la rapidez que esperaban, y solo 4 de cada 10 novios y novias compraron el regalo del día de San Valentín para la fecha que habían planteado (Min y Arkes, 2012). Los estudiantes universitarios que redactaban su tesis concluyeron tres semanas después de su estimación "más realista" y una semana después de su estimación del "peor escenario posible" (Buehler et al., 2002). Sin embargo, sus amigos y maestros pudieron predecir cuánto se retrasarían estos trabajos. De la misma manera en que debería preguntarle a una amiga qué tanto tiempo es probable que sobreviva su relación, si quiere saber cuándo concluirá con su trabajo de fin de cursos, pregúntele a su compañera de cuarto o a su mamá. También debería hacer lo mismo que Microsoft: los gerentes añaden de manera automática 30% al tiempo estimado de terminación de un software que indica el desarrollador y 50% si el proyecto implica un nuevo sistema operativo (Dunning, 2006).

De modo que, ¿cómo puede mejorar sus proyecciones personales? La mejor forma es ser más realista sobre cuánto tiempo necesitó para sus tareas en el pasado. En apariencia, la gente subestima el tiempo que le tomará hacer algo porque recuerdan incorrectamente que las tareas anteriores requirieron menos tiempo del que en realidad se ocupó en ellas (Roy et al., 2005). Otra estrategia útil es estimar cuánto tiempo se necesitará para cada paso de un proyecto. Las parejas comprometidas que describieron en mayor detalle los pasos de sus planes para la boda, predijeron con mayor precisión cuánto tiempo requeriría el proceso (Min y Arkes, 2012).

¿Cuándo terminará su trabajo de fin de cursos? Sus amigos podrían tener una respuesta más precisa que usted. Considerar cada paso de manera independiente podría ayudarle a estimar con más precisión.
©Dean Drobot/Shutterstock

¿La gente es igual de mala para predecir cuánto dinero gastará? Johanna Peetz y Roger Buehler (2009) encontraron que la respuesta era afirmativa. Los estudiantes de pregrado en Canadá predijeron que gastarían 94 dólares en la siguiente semana, pero de hecho gastaron 122. Al considerar que habían gastado 126 dólares en la semana previa al estudio, su suposición debería haber sido más precisa. Cuando regresaron una semana después, seguían pronosticando que gastarían solo 85 dólares en la semana siguiente. Era más probable que los estudiantes que dijeron que deseaban ahorrar predijeran que gastarían menos, pero terminaron gastando la misma cantidad que todos los demás. Los propietarios de casas en Estados Unidos que renovaron sus cocinas planeaban gastar 18 658 dólares, pero en lugar de ello gastaron 38 769 dólares (Kahneman, 2011, p. 250). Así que de la misma manera como pensamos que terminaremos las tareas con rapidez, también pensamos que ahorraremos dinero. La dificultad estriba en lograrlo. Si Lao Tse tenía razón: "Quien conoce a los demás alcanza la sapiencia. Quien se conoce a sí mismo alcanza la iluminación", entonces parecería que la mayoría de la gente tiene más sapiencia que iluminación.

Predicción de nuestros sentimientos

Muchas de las grandes decisiones de la vida implican la predicción de nuestros sentimientos futuros. ¿Casarse con esa persona conducirá a estar contento el resto de su vida? ¿Ingresar a esta profesión conducirá a un trabajo satisfactorio? ¿Ir a esas vacaciones producirá una experiencia feliz? ¿O los resultados más probables serán el divorcio, el agotamiento laboral y la decepción vacacional?

A veces sabemos cómo nos sentiremos si reprobamos el examen, ganamos ese gran juego o aliviamos nuestras tensiones con una caminata de media hora. Sabemos qué nos entusiasma y qué nos provoca ansiedad o aburrimiento. Otras veces, es posible que pronostiquemos incorrectamente nuestras respuestas. Al preguntarles cómo se sentirían si les hicieran preguntas con carga sexual en una entrevista de trabajo, la mayoría de las mujeres que estudiaron Julie Woodzicka y Marianne LaFrance (2001) dijeron que se enojarían. Sin embargo, cuando de hecho se les hicieron esas preguntas, experimentaron miedo con más frecuencia.

Los estudios sobre predicción afectiva revelan que la gente tiene muchas dificultades para predecir la *intensidad* y la *duración* de sus emociones futuras (Wilson y Gilbert, 2003). Las personas predicen erróneamente cómo se sentirían algún tiempo después de un rompimiento con su pareja, de recibir un regalo, de perder una elección, de ganar un juego y de recibir un insulto (Gilbert y Ebert, 2002; Loewenstein y Schkade, 1999). Algunos ejemplos son:

- Cuando a hombres jóvenes se les excita sexualmente mostrándoles fotografías eróticas y luego se les expone a una situación imaginaria de tipo pasional en la que sus parejas les piden que "se detengan", admiten que podría ser que no lo hagan. Si primero no se les presentan las fotografías eróticas, es menos probable que digan que podrían ser sexualmente agresivos. Cuando no están excitados, es fácil que predigan incorrectamente cómo se sentirán y actuarán cuando estén excitados, lo cual conduce a juramentos inesperados de amor durante un momento de lujuria, a embarazos no planeados y a reincidencia en delitos entre abusadores sexuales que juraron sinceramente que nunca jamás lo volverían a hacer.
- Los compradores hambrientos están en mayor probabilidad de comprar por impulso ("¡Esas donas se ven deliciosas!") que los compradores que acaban de disfrutar de un muffin de 100 gramos con moras azules (Gilbert y Wilson, 2000). Cuando usted tiene hambre,

"Esperaba que me dijera algo levemente favorable, pero lo bastante vago como para ser creíble".

La predicción del comportamiento, incluso del propio, no es cuestión fácil, lo cual quizá sea la razón por la que algunas personas acuden con psíquicos y lectores de tarot con la esperanza de obtener ayuda.
Reimpreso con autorización de Brett Pelham at brettpel@yahoo.com.

predice incorrectamente lo asquerosas que le parecerán esas donas fritas cuando se haya saciado. Al sentirse lleno, es posible que subestime lo ricas que podrían ser esas donas, una compra cuyo atractivo se desvanece después de comerse una o dos.

- Cuando ocurren desastres naturales como los huracanes, la gente predice que su tristeza será mayor si más personas mueren. Pero luego de que el huracán Katrina azotó en 2005, la tristeza de los estudiantes era similar cuando creían que 50 personas habían muerto que cuando creían que las víctimas eran 1 000 (Dunn y Ashton-James, 2008). ¿Qué *influyó* realmente en cuánta tristeza sentía la gente? Ver imágenes de las víctimas. Con razón las imágenes conmovedoras de los desastres en televisión influyen tanto en nosotros.
- La gente sobreestima cuánto afectarán su bienestar los sucesos negativos (un rompimiento de pareja, fallar en alcanzar una meta deportiva [Eastwick et al., 2007; Van Dijk et al., 2008]), y los positivos (inviernos más cálidos, pérdida de peso, más canales de televisión, más tiempo libre). Incluso los sucesos extremos, como ganarse la lotería o sufrir un accidente que le deje paralítico, tienen menos impacto a largo plazo en la felicidad de lo que la mayoría de la gente supone.

"Cuando el sentimiento estaba presente, sentían que nunca desaparecería; cuando el sentimiento se fue, sentían como si nunca hubiera existido; cuando regresó, sintieron como si nunca se hubiera ido".

—George MacDonald, *What's Mine's Mine,* 1886

Nuestra teoría intuitiva parece ser: lo queremos, lo obtenemos, somos felices. Si eso fuera cierto, este capítulo tendría menos palabras. Daniel Gilbert y Timothy Wilson (2000) señalan que en realidad es frecuente que nos equivoquemos en lo que deseamos. La gente que imagina unas vacaciones idílicas en una isla desierta, con sol, surf y arena, quizá se sienta decepcionada cuando descubra "cuánto requiere de estructura diaria, estimulación intelectual o dosis regulares de sus golosinas favoritas". Pensamos que si gana nuestro candidato o nuestro equipo, estaremos encantados por largo tiempo. Pero un estudio tras otro revelan nuestra vulnerabilidad al **sesgo de impacto**: sobreestimar el impacto perdurable de sucesos que provocan emociones. Los residuos emocionales de tales buenas noticias se desvanecen más rápido de lo que esperamos.

sesgo de impacto
Sobreestimar el impacto duradero de sucesos que provocan emociones.

Somos especialmente propensos al sesgo de impacto después de sucesos *negativos*. Convirtamos esto en un asunto personal. Gilbert y Wilson le invitan a imaginar cómo se podría sentir un año después de perder su mano no dominante. En comparación con el día de hoy, ¿qué tan feliz estaría?

Es posible que se haya enfocado en lo que significaría tal calamidad: no podría aplaudir, no podría atarse los zapatos, no podría jugar en competencias de baloncesto, no podría escribir tan rápido en el teclado. Aunque es probable que lamentaría por siempre la pérdida, su felicidad general algún tiempo después del hecho se vería influida por "dos cosas: (a) el suceso y (b) todo lo demás" (Gilbert y Wilson, 2000). Al enfocarnos en el hecho negativo, no tomamos en cuenta la importancia de todo lo demás que contribuye a la felicidad y, en consecuencia, predecimos en exceso nuestra infelicidad duradera. "Ninguna de las cosas en las que enfoque su atención provocará una diferencia tan grande como piensa", escriben los investigadores David Schkade y Daniel Kahneman (1998).

Wilson y Gilbert (2003) añaden que la gente pasa por alto la velocidad y el poder de sus *mecanismos de afrontamiento*, que incluyen racionalizar, descartar, perdonar y limitar el trauma emocional. Como no estamos conscientes de la velocidad y fortaleza de nuestro afrontamiento, nos adaptamos a las discapacidades, los rompimientos de pareja, los fracasos en exámenes, los despidos, y las derrotas personales y de un equipo con mayor facilidad de lo que esperaríamos. Irónicamente, como informan Gilbert y sus colaboradores (2004), los sucesos negativos importantes (que activan nuestras defensas psicológicas) pueden ser menos angustiantes de manera duradera que las molestias menores (que no activan nuestras defensas). En la mayoría de las circunstancias somos asombrosamente resilientes.

"Si por la noche se derraman lágrimas, por la mañana renace la alegría".

—Salmo 30:5

La sabiduría y las ilusiones del autoanálisis

Entonces, es frecuente que nuestras intuiciones estén completamente equivocadas acerca de qué nos influye y qué sentiremos y haremos. Pero no exageremos la situación. Cuando las causas de nuestra conducta son evidentes y la explicación correcta se ajusta a nuestra intuición, nuestras autopercepciones serán precisas (Gavanski y Hoffman, 1987). Cuando las causas de la conducta son obvias para un observador, por lo común también son obvias para nosotros. En general, la correlación entre los sentimientos predichos y los sentimientos reales fue de 0.28, que es significativa, pero está lejos de ser perfecta (Mathieu y Gosling, 2012).

No estamos conscientes de mucho de lo que sucede en nuestra mente. Los estudios sobre percepción y memoria muestran que estamos más conscientes de los *resultados* de nuestro pensamiento que de su proceso. Los científicos y artistas creativos a menudo no pueden dar información relativa a los procesos de pensamiento que produjeron sus discernimientos, aunque tengan un conocimiento excelente de los resultados.

Timothy Wilson (1985, 2002) presenta una audaz idea: analizar por qué nos sentimos como nos sentimos produce, de hecho, que nuestros juicios sean menos precisos. En nueve experimentos, Wilson y sus colaboradores (1989, 2008) descubrieron que las actitudes que expresaba la gente en forma consciente hacia objetos y personas en general predecían razonablemente bien su comportamiento posterior. Sin embargo, sus informes de actitudes se volvían inútiles si a los participantes se les pedía primero que *analizaran* sus sentimientos. Por ejemplo, el nivel de felicidad de las parejas con su relación predecía con precisión si seguirían saliendo varios meses después. Pero los participantes que enumeraban primero todas las razones por la que su relación era buena o mala antes de calificar su felicidad se equivocaron en sus predicciones: ¡sus calificaciones de felicidad fueron inútiles para pronosticar el futuro de la relación! En apariencia, el proceso de analizar la relación atrajo la atención a factores que se verbalizan con facilidad y que no eran tan importantes como la felicidad, que es difícil de verbalizar. Wilson (2002) concluyó que con frecuencia somos "desconocidos para nosotros mismos".

Estos hallazgos ilustran que tenemos un **sistema de actitudes duales**, dicen Wilson y colaboradores (2000). Nuestras actitudes automáticas *implícitas* e inconscientes hacia alguien o algo con frecuencia difieren de nuestras actitudes *explícitas*, controladas en forma consciente (Gawronski y Bodenhausen, 2006; Nosek, 2007). Cuando alguien dice que toma decisiones confiando en sus corazonadas, se está refiriendo a sus actitudes implícitas (Kendrick y Olson, 2012). Wilson señala que aunque las actitudes explícitas pueden cambiar con relativa facilidad, "las actitudes implícitas, como los viejos hábitos, cambian con mayor lentitud". Sin embargo, con la práctica repetida, las nuevas actitudes habituales pueden reemplazar a las anteriores.

sistema de actitudes duales
Discrepancia entre actitudes implícitas (automáticas) y explícitas (bajo control consciente) hacia el mismo objeto. Las actitudes explícitas verbalizadas pueden cambiar con la educación y la persuasión; las actitudes implícitas cambian lentamente con la práctica que forma nuevos hábitos.

Esta investigación sobre los límites de nuestro autoconocimiento tiene dos implicaciones prácticas. La primera se refiere a la investigación psicológica. *Los autoinformes a menudo son poco confiables*. Los errores en la comprensión de uno mismo limitan la utilidad científica de los informes subjetivos personales.

La segunda implicación se refiere a nuestra vida cotidiana. Incluso si la gente informa e interpreta sus experiencias con total honradez, eso no significa que sus informes sean veraces. Los testimonios personales son muy persuasivos (como se analiza en más detalle en el capítulo titulado "Psicología social en los tribunales"). Pero también pueden ser incorrectos. Tener presente este potencial de error puede ayudarnos a sentirnos menos intimidados por los demás y a ser menos crédulos.

EN RESUMEN: Autoconcepto: ¿quién soy yo?

- Nuestro sentido del yo nos sirve para organizar nuestros pensamientos y actitudes. Cuando procesamos información con referencia a nosotros mismos, la recordamos bien (al utilizar nuestros *esquemas del yo*). El *autoconcepto* consiste en dos elementos: los esquemas del yo que guían nuestro procesamiento de información relevante para el yo y los yoes posibles con los que soñamos o que tememos.
- La cultura también moldea al yo. Muchas personas en culturas occidentales *individualistas* asumen un *yo independiente*. Otras personas, a menudo en culturas *colectivistas*, asumen un yo *interdependiente*. Estas ideas contrastantes favorecen las diferencias culturales.
- Nuestro autoconocimiento es curiosamente defectuoso. Con frecuencia no sabemos por qué nos comportamos como lo hacemos. Cuando las influencias sobre nuestras conductas no son bastante evidentes como para que un observador las vea, es posible que nosotros también las pasemos por alto. Los procesos inconscientes e implícitos que controlan nuestro comportamiento pueden diferir de nuestras explicaciones conscientes y explícitas de él.

¿CUÁL ES LA NATURALEZA Y EL PODER MOTIVADOR DE LA AUTOESTIMA?

Comprenda la autoestima y sus implicaciones para el comportamiento y la cognición.

Todo el mundo desea y busca fomentar su autoestima. Pero, ¿la autoestima puede ser problemática?

autoestima
La evaluación general de una persona acerca de sí misma o su sentido de valía propia.

En primer lugar, debemos decidir cuánta **autoestima** tenemos. ¿La autoestima es la suma de todos los puntos de vista sobre nuestro yo a lo largo de diversos ámbitos? Si nos consideramos personas atractivas, atléticas, inteligentes y destinadas a ser ricas y amadas, ¿tendremos alta autoestima? Sí, señalan Jennifer Crocker y Connie Wolfe (2001), cuando nos sentimos bien respecto de los ámbitos (apariencia, inteligencia o lo que sea) que son importantes para nuestra autoestima: "Es posible que una persona tenga una autoestima que está estrechamente relacionada con el buen desempeño escolar y ser físicamente atractiva, en tanto que otra tal vez la relacione con ser amada por Dios por su adhesión a las normas morales". En consecuencia, la primera persona sentirá una elevada autoestima cuando la hagan sentir inteligente y atractiva, en tanto que la segunda se sentirá así cuando la hagan sentir moral.

Pero Jonathon Brown y Keith Dutton (1994) argumentan que esta perspectiva "ascendente" de la autoestima no es completa. Creen que la dirección de la causalidad también va en sentido contrario. La gente que se valora en términos generales (aquellos con alta autoestima) tiene mayor probabilidad de valorar su apariencia, capacidades y demás. Son como los nuevos padres que, al amar a su bebé, se sienten encantados con los dedos de las manos y pies, y con el pelo del niño. Los padres no evalúan inicialmente los dedos de las manos o pies y luego deciden cuánto valoran al bebé completo.

Sin embargo, algunas autopercepciones específicas tienen cierta influencia. Si usted piensa que es bueno para las matemáticas, entonces será más probable que tenga un buen desempeño en esa materia. Aunque la autoestima general no pronostica muy bien el desempeño académico, el autoconcepto académico (el hecho de que usted considere que es bueno en la escuela) sí lo hace (Marsh y O'Mara, 2008). Por supuesto que una causa a la otra: tener buen desempeño en matemáticas le hace pensar que es bueno para las matemáticas, lo cual le motiva entonces a tener un éxito todavía mayor. Si quiere animar a alguien (¡o a usted mismo!), es mejor que su elogio sea específico ("Eres muy bueno en matemáticas") en lugar de general ("¡Eres estupendo!") y que sus palabras amables reflejen la capacidad y desempeño verdaderos ("De verdad mejoraste en el último examen"), en lugar de un optimismo poco realista ("Puedes lograr lo que sea"). La realimentación es mejor cuando es veraz y específica (Swann et al., 2007).

Un interesante estudio examinó los efectos de la realimentación muy general sobre la autoestima. Imagine que recibe su calificación para el primer examen en una clase de psicología. Cuando ve su calificación, emite un gruñido (es un 7). Pero entonces recibe un correo electrónico de aliento con algunas preguntas de revisión para la clase y el siguiente mensaje: "Los alumnos que tienen alta autoestima no solo reciben mejores calificaciones, sino que continúan teniendo confianza en sí mismos y se sienten seguros... En esencia: lleve en alto la cabeza, y también su autoestima". En lugar de esto, otro grupo de alumnos recibe un mensaje acerca de asumir el control personal de su desempeño o recibe únicamente las preguntas de revisión. Entonces, ¿cuál grupo tuvo un mejor resultado en el examen final? Para sorpresa de los investigadores, los alumnos cuya autoestima se elevó tuvieron los peores resultados al final; de hecho, reprobaron (Forsyth et al., 2007). Los investigadores reflexionaron que los estudiantes que tenían dificultades y a los que se les dijo que se sintieran bien consigo mismos quizá pensaron: "Ya soy muy bueno, ¿para qué estudiar?".

En las relaciones entre hermanos, la amenaza para la autoestima es más grande para un hijo mayor cuando tiene un hermano o hermana menor que es muy capaz.
©Hero/Corbis/Glow Images

MOTIVACIÓN DE LA AUTOESTIMA

La mayoría de las personas se sienten muy motivadas para conservar su autoestima. De hecho, los estudiantes universitarios prefieren aumentar su autoestima que comer su comida favorita, participar en su actividad favorita, ver a sus mejores amigos, beber alcohol o recibir un salario (Bushman et al., 2011). Eso significa que, increíblemente, ¡la autoestima era más importante que la pizza, el sexo y la cerveza!

¿Qué sucede cuando su autoestima se ve amenazada; por ejemplo, por un fracaso o una comparación poco halagadora con alguien más? Cuando los hermanos varones tienen niveles notablemente diferentes en capacidad, por ejemplo, uno es un gran atleta y el otro no, informan no llevarse bien (Tesser et al., 1998). Los estudiantes universitarios holandeses que experimentaron comentarios negativos sintieron más

Schadenfreude (alegría por la desgracia ajena) al observar a una joven que cantaba horriblemente desafinada para una audición de la versión holandesa de "American Idol" (Van Dijk et al., 2012). El mal de muchos incita a reírse de los demás.

Las amenazas para la autoestima también ocurren entre amigos, cuyo éxito puede ser más amenazante que el de personas desconocidas (Zuckerman y Jost, 2001). El nivel de autoestima también hace la diferencia. En general, las personas con alta autoestima reaccionan ante una amenaza a su autoestima compensándola (culpando a otro o esforzándose más en la siguiente oportunidad). Esas reacciones les ayudan a preservar sus sentimientos positivos acerca de sí mismos. Por su parte, las personas con baja autoestima tienen mayor probabilidad de culparse a sí mismas o darse por vencidas (VanDellen et al., 2011).

¿Qué subyace a la motivación de mantener o mejorar la autoestima? Mark Leary (1998, 2004b, 2007) cree que la autoestima es similar a un indicador de combustible. Las relaciones permiten sobrevivir y prosperar, de modo que el indicador de autoestima, ante la amenaza del rechazo social, nos motiva a actuar con mayor sensibilidad hacia las expectativas ajenas. Los estudios confirman que el rechazo social reduce la autoestima y provoca que la gente esté más ávida de aprobación. Si nos desdeñan o rechazan, nos sentimos poco atractivos o incompetentes. Como el pequeño foco que se enciende en el tablero, este dolor puede motivar a la acción a través de la superación personal o de una búsqueda de aceptación e inclusión en otra parte. La autoestima también puede servir como indicador del estatus en relación con otras personas, pues aumenta cuando nos respetan, al igual que cuando nos quieren (Gebauer et al., 2015).

Jeff Greenberg (2008) ofrece otra perspectiva, conocida como **teoría del manejo del terror**, que afirma que los seres humanos deben encontrar formas de manejar su abrumador temor a la muerte. Argumenta que si la autoestima solo se refiriera a la aceptación, ¿por qué "la gente se esfuerza más en ser grande que en ser simplemente aceptada"? Afirma que la realidad de nuestra propia muerte nos motiva a ganar reconocimiento a partir de nuestro trabajo y valores. Sin embargo, esa manzana lleva un gusano: no todos logran ese reconocimiento, razón que lo hace valioso y por la cual la autoestima nunca puede ser totalmente incondicional (o basada en nada, como cuando los padres dicen. "Eres especial simplemente por ser tú"). Greenberg sostiene que para sentir que nuestras vidas no son en vano, debemos seguir buscando la autoestima mediante el cumplimiento de los estándares de nuestra sociedad.

teoría del manejo del terror
Propone que la gente exhibe respuestas emocionales y cognitivas de autoprotección (entre ellas adherirse con mayor intensidad a sus cosmovisiones y prejuicios culturales) cuando se enfrenta con recordatorios de su mortalidad.

Sin embargo, la búsqueda activa de la autoestima puede resultar contraproducente. Jennifer Crocker y sus colaboradores encontraron que los estudiantes cuya autovalía dependía de fuentes externas (como las calificaciones o las opiniones de los demás) experimentaron más estrés, enojo, problemas de relación, uso de drogas y alcohol, y trastornos de la conducta alimentaria que aquellos cuyo sentido de valía propia se basaba más en fuentes internas, como las virtudes personales (Crocker, 2002; Crocker y Knight, 2005; Crocker y Luhtanen, 2003; Crocker y Park, 2004).

Crocker y Lora Park (2004) señalan que, irónicamente, aquellos que persiguen la autoestima, quizá tratando de volverse bellos, ricos o populares, pueden perder de vista lo que realmente les hace sentir bien de sí mismos. Los estudiantes universitarios que trataron de impresionar a sus compañeros de habitación resaltando sus buenas cualidades y ocultando sus defectos encontraron que, de hecho, sus compañeros sentían menos agrado por ellos, lo cual debilitó su autoestima (Canevello y Crocker, 2011). Crocker explica que la búsqueda de la autoestima es como tratar de meter la mano por un pequeño orificio de un barril para tomar una deliciosa manzana y luego quedarse atorado porque la mano que sujeta la manzana está demasiado grande para salir por el agujero (Crocker, 2011). Cuando nos enfocamos en elevar nuestra autoestima, es posible que estemos menos abiertos a la crítica, que tengamos menos probabilidad de empatizar con los demás y más presionados por tener éxito en las actividades, en lugar de disfrutarlas. Así que, en lugar de tratar de tomar la manzana y fallar, Crocker señala que es mejor emular al personaje tradicional de Johnny Appleseed, quien plantaba de manera altruista las semillas para que otros pudieran comer manzanas, no para que él mismo pudiera comerlas. Por ejemplo, los estudiantes universitarios que adoptaron metas compasivas hacia sus compañeros de cuarto ("Quiero darle apoyo a mi compañero") lograron mejores relaciones con ellos y posteriormente disfrutaron de mayor autoestima (Canevello y Crocker, 2011). Un enfoque similar funciona para nuestros puntos de vista acerca de nosotros mismos. Kristin Neff (2011) le llama autocompasión: abandonar las comparaciones con los demás y, en lugar de ello, tratarnos con gentileza. Como lo indica el proverbio indio: "No existe nobleza en ser superior a alguna otra persona. La verdadera nobleza proviene de ser superior a tu yo anterior".

©Mike Twohy. Derechos reservados. Utilizado con autorización.

COMPENSACIONES DE LA AUTOESTIMA BAJA EN COMPARACIÓN CON LA AUTOESTIMA ALTA

Las personas con baja autoestima son más vulnerables a la ansiedad, la soledad y los trastornos de la conducta alimentaria. Cuando se sienten mal o amenazados, aquellos con niveles bajos de autoestima frecuentemente asumen una perspectiva negativa frente a todo. Se percatan y recuerdan las peores conductas de los demás y piensan que sus parejas no los aman (Murray et al., 2002; Vorauer y Quesnel, 2013). Aunque la gente con baja autoestima no elige parejas menos deseables, se inclinan a creer que sus parejas los critican o rechazan. Tal vez como resultado están menos satisfechas con sus relaciones (Fincham y Bradbury, 1993). También es más probable que dejen esas relaciones. Los estudiantes de pregrado con baja autoestima decidieron no seguir compartiendo habitación con compañeros que tenían una buena opinión de ellos (Swann y Pelham, 2002). Por desgracia, tratar de elevar una baja autoestima mediante la repetición de frases positivas (como "Soy una persona que despierta amor") es contraproducente; de hecho, produce que la gente con baja autoestima se sienta peor (Wood et al., 2009). Aquellos con baja autoestima tampoco quieren escuchar cosas positivas sobre sus experiencias negativas (como "cuando menos aprendiste algo"). En lugar de eso, prefieren respuestas comprensivas, aunque sean negativas (como "eso realmente es una fregadera") [Marigold et al., 2014]).

Quienes tienen baja autoestima también experimentan más problemas en la vida: ganan menos dinero, abusan de las drogas y es más probable que estén deprimidos y que participen en acciones autolesivas, como cortarse (Forrester et al., 2017; Orth y Robins, 2013; Samela-Aro y Nurmi, 2007). Varios estudios que dieron seguimiento a la gente a medida que se volvía mayor (llamado **estudio longitudinal**) encontraron que las personas que habían tenido baja autoestima en la adolescencia tuvieron mayor probabilidad de presentar depresión posteriormente, lo cual sugiere que la baja autoestima causa depresión, en lugar de ocurrir de manera contraria (Sowislo y Orth, 2013). No obstante, como recordará del capítulo "Introducción a la psicología social", una correlación entre dos variables a veces proviene de un tercer factor. Quizá las personas con baja autoestima también enfrentaron pobreza en la infancia, sufrieron abuso sexual o tuvieron padres que usaban drogas, todas las cuales son causas posibles de dificultades posteriores. Como es de esperarse, un estudio que controló esos factores encontró que la relación entre autoestima y resultados negativos se esfumó (Boden et al., 2008). En apariencia, la baja autoestima era un síntoma de un padecimiento subyacente: en este caso, una infancia difícil.

estudio longitudinal
Investigación en la que se estudia a las mismas personas durante un extenso periodo.

Cuando suceden cosas buenas, las personas con alta autoestima tienen mayor probabilidad de disfrutar y conservar las buenas sensaciones (Wood et al., 2003). Como sugieren las investigaciones relativas a depresión y ansiedad, las percepciones autocomplacientes pueden ser útiles. Es posible que creer que uno es más inteligente, más fuerte y más exitoso en sentido social de lo que se es en realidad resulte estratégico. La creencia en la propia superioridad también puede motivarnos a crear una profecía autocumplida y puede sostener nuestras esperanzas durante tiempos difíciles (Willard y Gramzow, 2009).

"Después de todos estos años, lamento decir que mi recomendación es la siguiente: olvídense de la autoestima y concéntrense más en el autocontrol y la autodisciplina. Las investigaciones recientes sugieren que esto sería bueno para el individuo y también para la sociedad".

—Roy Baumeister (2005)

La autoestima elevada tiene otros beneficios: fomenta la iniciativa, la resiliencia y las sensaciones placenteras (Baumeister et al., 2003). Sin embargo, los líderes de pandillas, etnocentristas extremos, terroristas y hombres encarcelados por delitos violentos también tienden a poseer una autoestima mayor que el promedio (Bushman y Baumeister, 2002; Dawes, 1994, 1998). "Hitler tenía una autoestima muy alta", indican Baumeister y sus coautores (2003). Además, la autoestima tampoco es la clave del éxito. La autoestima no conlleva mejores logros académicos o desempeño laboral superior (Baumeister et al., 2003). ¿Adivina cuál grupo étnico de Estados Unidos tiene la menor autoestima? Son los estadounidenses de origen asiático, quienes tienen los mayores logros académicos como estudiantes y obtienen la mediana de ingreso más alta como adultos. Como aprendió antes, las culturas asiáticas dan más importancia a la superación personal en lugar de a la autoestima, y esa importancia quizá reditúe un mejor desempeño. "Las entusiastas declaraciones del movimiento a favor de la autoestima van en su mayoría de la fantasía a las estupideces", dice Baumeister (1996), quien sospecha que ha "publicado más estudios sobre la autoestima que nadie... Los efectos de la autoestima son limitados y no del todo buenos". Informa que las personas con alta autoestima tienen mayor probabilidad de ser desagradables, interrumpir y sermonear a los demás en lugar de a sí mismos (en

contraste con la gente más modesta y tímida que tiene baja autoestima). "Mi conclusión es que el autocontrol vale diez veces más que la autoestima".

Narcisismo: el hermano engreído de la autoestima

La autoestima elevada se vuelve especialmente problemática cuando atraviesa la frontera del narcisismo o produce una idea inflada de uno mismo. La mayoría de las personas con alta autoestima valora tanto los logros individuales como las relaciones con los demás. En general, los narcisistas tienen alta autoestima, pero pasan por alto la parte de ocuparse de los demás (Campbell et al., 2007; Jones y Brunell, 2014). El narcisismo va más allá de una autoestima muy alta; las personas con elevada autoestima piensan que son valiosas y buenas, pero los narcisistas creen que son mejores que los demás (Brummelman et al., 2016). Aunque los narcisistas pueden ser extravertidos y encantadores al principio, a la larga su egocentrismo conduce a menudo a problemas de relación (Campbell, 2005). El vínculo entre el narcisismo y las relaciones sociales problemáticas condujo a Delroy Paulhus y Kevin Williams (2002) a incluirlo en "La tríada oscura" de rasgos negativos, junto con el maquiavelismo (manipulación) y la psicopatía antisocial.

En una serie de experimentos que condujeron Brad Bushman y Roy Baumeister (1998), estudiantes voluntarios de pregrado escribieron ensayos y recibieron comentarios amañados que decían: "¡Este es uno de los peores ensayos que he leído!". Aquellos que tenían altas puntuaciones en narcisismo estuvieron en mayor probabilidad de vengarse, emitiendo un ruido dolorosamente alto en los audífonos del estudiante que creían que los había criticado. Los narcisistas no fueron agresivos con alguien que los elogiara ("¡estupendo ensayo!"). El insulto era lo que los incitaba. ¿Pero, qué pasa con la autoestima? Quizá solo los narcisistas inseguros, con baja autoestima, atacarían a otra persona. Sin embargo, no resultó ser así; por el contrario, los estudiantes con niveles elevados tanto de autoestima como de narcisismo fueron los más agresivos. Lo mismo ocurrió en el entorno de un aula: aquellos con puntuaciones elevadas tanto en autoestima como en narcisismo fueron los que tuvieron mayor probabilidad de vengarse de las críticas de un compañero asignándole una mala calificación (Bushman et al., 2009; **figura 2.5**). Los narcisistas presentan una probabilidad especialmente alta de atacar cuando el insulto se da en público y, por ende, revienta su burbuja cuidadosamente construida de superioridad. Por esa razón, alguien debe pagar (Ferriday et al., 2011). Es verdad que los narcisistas pueden ser encantadores y divertidos. Pero como dijo alguien muy ocurrente: "Dios te libre si los molestas".

¿Qué me dicen de la idea de que un ego demasiado inflado simplemente oculta una profunda inseguridad? ¿Los narcisistas de hecho se odian a sí mismos en lo profundo de su ser? Los estudios demuestran que la respuesta es *no*. La gente con altas puntuaciones en medidas de rasgos narcisistas de personalidad también tienen altas puntuaciones en medidas de autoestima. En caso de que los narcisistas afirmaran tener una alta autoestima solo por apariencia, los investigadores también le pidieron a los estudiantes de pregrado que practicaran un juego de computadora donde tenían que oprimir una tecla con la mayor rapidez posible para combinar la palabra "yo" con términos positivos como "bueno", "maravilloso" y "correcto", y con términos negativos como "malo", "espantoso",

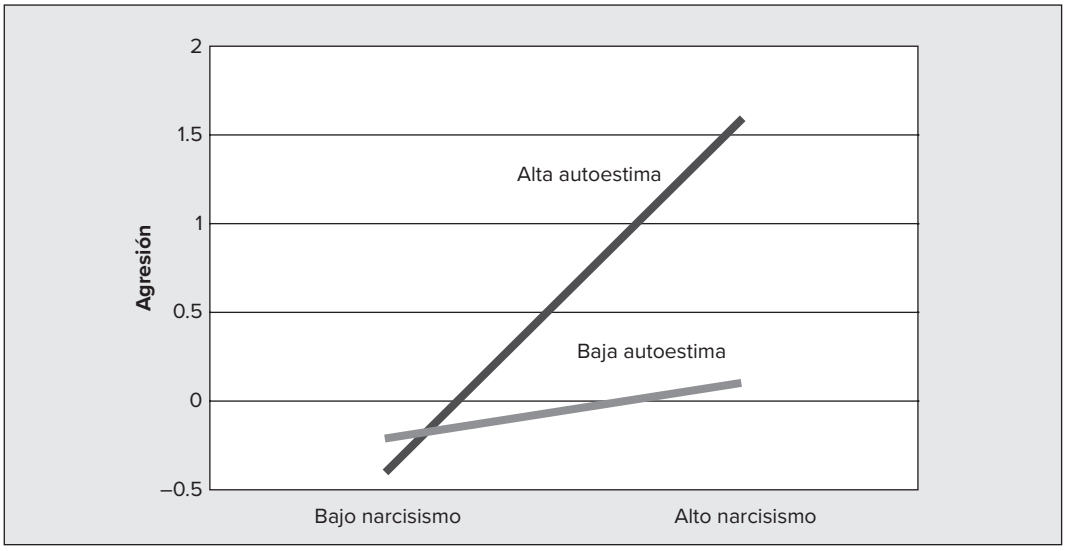


FIGURA 2.5
Narcisismo, autoestima y agresión
El narcisismo y la autoestima interactúan para influir en la agresión. En un estudio de Brad Bushman y colaboradores (2009), la receta para la venganza contra un compañero crítico requería que tanto el narcisismo como la autoestima fueran altos.

Las personas narcisistas son más activas y populares en los sitios de redes sociales y aumentan su influencia en estas comunidades en línea.
©Maridav/Shutterstock

"terrible" y "equivocado". Los individuos con las mayores puntuaciones en la escala de narcisismo fueron más rápidos que los demás para asociarse a sí mismos con palabras positivas y más lentos que los demás para asociarse con términos negativos (Campbell et al., 2007). Además, los narcisistas fueron incluso más rápidos para identificarse con palabras como "franco", "dominante" y "asertivo". Aunque podría ser reconfortante pensar que un compañero arrogante tan solo está ocultando su inseguridad, lo más probable es que, para sus adentros, piense que es *lo máximo*.

Ese arraigado sentimiento de superioridad quizá se origine en la infancia. En un estudio longitudinal, cuando los padres creían que sus hijos merecían un trato especial, los niños tenían puntuaciones más altas en narcisismo seis meses después. En contraste, los sentimientos de amor y cariño de los padres hacia sus hijos no se vincularon con el narcisismo (Brummelman et al., 2015). Este estudio sugiere un consejo directo para los padres: en lugar de decirles a sus hijos que son especiales, díganles que los aman.

Debido a su confianza en sí mismos, es frecuente que los narcisistas sean inicialmente populares. En un experimento, los individuos con niveles más altos de narcisismo estuvieron en mayor probabilidad de surgir como líderes de un grupo de estudiantes que no habían conocido antes (Brunell et al., 2008). Sin embargo, una vez que los grupos se reúnen en más de unas cuantas ocasiones, la popularidad de los líderes narcisistas va declinando a medida que el resto comprende que no tienen en consideración los intereses del grupo (Rosenthal y Pittinsky, 2006). Con el tiempo, el antagonismo y la agresión de los narcisistas hacia los demás los vuelve cada vez menos populares con sus compañeros (Leckelt et al., 2015). Eso puede ser especialmente problemático en redes sociales, donde los narcisistas son más activos (suben más actualizaciones de estatus y tuits) y más populares (tienen amigos y seguidores) (Gnambs y Appel, 2017; Liu y Baumeister, 2016; McCain y Campbell, 2017).

Los narcisistas parecen estar conscientes de su propio narcisismo. Solo preguntarle a la gente si concuerda con la afirmación: "Soy un narcisista", pronostica el comportamiento narcisista casi tan bien como la prueba estándar de 40 reactivos (Konrath et al., 2014). Los narcisistas se dan cuenta de que se ven a sí mismos bajo una luz más positiva que como se ven los demás, y admiten que son arrogantes y que exageran sus capacidades (Carlson et al., 2011). También reconocen que dan una primera impresión buena, pero que es frecuente que a la larga produzcan desagrado (Paulhus, 1998; Paulhus et al., 2013). "Desde muy temprano en mi vida tuve que elegir entre la franca arrogancia y la humildad hipócrita", señalaba Frank Lloyd Wright. "Elegí la franca arrogancia y no he encontrado ocasión para cambiarla".

autoeficacia
La sensación de que uno es competente y eficaz, a diferencia de la autoestima, que es el sentido de valía propia. Un francotirador en el ejército podría sentir una autoeficacia elevada y baja autoestima.

AUTOEFICACIA

El psicólogo de Stanford, Albert Bandura (1997, 2000, 2008), capturó el poder del pensamiento positivo en su investigación y teorías acerca de la **autoeficacia** (qué tan competentes nos sentimos en una tarea). Creer en nuestra propia competencia y eficiencia es benéfico (Bandura et al., 1999; Maddux y Gosselin, 2003). Los niños y adultos con fuertes sentimientos de autoeficacia son más persistentes, menos ansiosos y menos depresivos. También tienen vidas más sanas y son más exitosos en un sentido académico.

Alguien que piensa: "Si me esfuerzo, puedo nadar más rápido", tiene una autoeficacia elevada. Alguien que piensa: "Soy un gran nadador", tiene alta autoestima.
©Dean Drobot/Shutterstock

En la vida diaria, la autoeficacia nos conduce a ponernos metas desafiantes y a persistir. Más de 100 estudios muestran que la autoeficacia predice la productividad de los trabajadores (Stajkovic y Luthans, 1998). Los resultados de 241 estudios señalan que la autoeficacia en el desempeño es uno de los factores más firmes de predicción del promedio general de calificaciones de los estudiantes en la universidad (Richardson et al.,

2012). Cuando se presentan problemas, una fuerte sensación de autoeficacia conduce a la gente a permanecer en calma y a buscar soluciones, en lugar de rumiar en sus incapacidades. La competencia más la persistencia es igual a logro. Y con el logro, la autoconfianza aumenta. La autoeficacia, como la autoestima, aumenta con los logros alcanzados con dificultad.

Autoeficacia y autoestima suenan parecido, pero son conceptos diferentes. Si usted cree que puede hacer algo, eso es autoeficacia. Si siente agrado por su propia persona, eso es autoestima. Cuando usted era niño, es posible que sus padres le hayan alentado diciéndole cosas como "¡Eres especial!" (con el propósito de fomentar su autoestima) o "¡Sé que puedes lograrlo!" (dirigido a fomentar su autoeficacia). Un estudio mostró que la realimentación de autoeficacia ("Hiciste un gran esfuerzo") condujo a mejor desempeño que la realimentación de autoestima ("Eres muy listo"). Los niños a quienes se les dijo que eran listos tuvieron miedo de intentarlo de nuevo, quizá porque a la siguiente vez podrían no parecer tan inteligentes. Sin embargo, a aquellos a los que se les elogió por esforzarse supieron que podían ejercer más esfuerzo de nuevo (Mueller y Dweck, 1998). Si quiere alentar a alguien, enfóquese en su autoeficacia, no en su autoestima.

EN RESUMEN: ¿Cuál es la naturaleza y el poder motivador de la autoestima?

- La *autoestima* es la sensación general de valía propia que utilizamos para evaluar nuestros rasgos y capacidades. Múltiples influencias determinan nuestro autoconcepto, incluyendo los roles que desempeñamos, las comparaciones que hacemos, nuestras identidades sociales, la forma en que percibimos que otros nos evalúan y nuestras experiencias de éxito y fracaso.
- La motivación de la autoestima influye en nuestros procesos cognitivos: al enfrentar el fracaso, las personas con alta autoestima mantienen su autovalía al percibir que también otras personas fracasan y al exagerar su superioridad sobre los demás.
- Aunque en general la autoestima elevada es más benéfica que la autoestima baja, los investigadores han encontrado que las personas con alto nivel de autoestima y también de narcisismo son más agresivas. Alguien con un enorme ego que se siente amenazado o desanimado por el rechazo social es potencialmente agresivo.
- La *autoeficacia* es la creencia de que uno es eficaz, competente y capaz de hacer algo. A diferencia de la alta autoestima, la autoeficacia elevada se relaciona consistentemente con el éxito.

¿CUÁL ES EL SESGO EN BENEFICIO PROPIO?

Explique el sesgo en beneficio propio y sus aspectos adaptables e inadaptables.

La mayoría tenemos una buena reputación ante nosotros mismos. En los estudios de autoestima, incluso la gente con bajas puntuaciones responde en el rango intermedio de posibles puntuaciones (alguien con baja autoestima responde a afirmaciones como "Tengo buenas ideas" con alguna expresión que establece cierto matiz, como "un poco" o "a veces"). En un estudio con personas de 53 países, la puntuación promedio de autoestima estuvo en el nivel intermedio en todos los países (Schmitt y Allik, 2005). Una de las conclusiones más provocativas de la psicología social que, sin embargo, está firmemente establecida, es la potencia del **sesgo en beneficio propio**: una tendencia a percibirse a uno mismo de manera favorable.

sesgo en beneficio propio
La tendencia a percibirse a uno mismo de manera favorable.

EXPLICACIÓN DE LOS SUCESOS POSITIVOS Y NEGATIVOS

En docenas de experimentos se ha encontrado que la gente acepta el crédito cuando se le dice que ha tenido éxito. Atribuyen el éxito a su capacidad y esfuerzo, pero atribuyen el fracaso a factores externos, como la mala suerte o la "imposibilidad" inherente al problema (Campbell y Sedikides, 1999; Wang et al., 2017). De forma similar, al explicar sus victorias, es común que los atletas las acrediten a sí mismos, pero que atribuyan sus fallas a alguna otra cosa: mala suerte, señalamientos

"La victoria tiene cientos de padres, pero la derrota es huérfana".

—Conde Galeazzo Ciano, *Diarios,* 1938

Ejemplo clásico del sesgo en beneficio propio: si su equipo pierde el partido, el jugador que cometió el penalti podría culpar al árbitro en lugar de reconocer su propia incapacidad como jugador.
©Corbis/VCG/Getty Images

atribuciones en beneficio propio
Una forma de sesgo en beneficio propio; la tendencia a atribuir los resultados positivos a uno mismo y los negativos a otros factores.

incorrectos del árbitro, o al superesfuerzo o las trampas del otro equipo (Grove et al., 1991; Lalonde, 1992; Mullen y Riordan, 1988). ¿Cuánta responsabilidad supone usted que tienden a aceptar los conductores cuando tienen un accidente? En los formularios de seguros, algunos describen sus accidentes mediante cosas como: "Un coche invisible salió de la nada, golpeó mi auto y desapareció", "Al llegar a una intersección, me salió un arbusto que bloqueó la visibilidad y no vi al otro coche", y "Un transeúnte me pegó y se metió debajo de mi coche" (*Toronto News*, 1977).

Las situaciones que combinan habilidades y azar (juegos, exámenes y solicitudes de empleo) son especialmente propensas al fenómeno. Cuando usted gana en Scrabble, se debe a su destreza verbal; cuando pierde, es porque "¿quién puede dar una respuesta cuando tiene una Q pero no una U?". De manera similar, los políticos tienden a atribuir sus éxitos a sí mismos (esfuerzo, servicio a sus electores, reputación y estrategia) y sus fracasos a factores que están más allá de su control (la composición del partido en su distrito, el apellido de su oponente y las tendencias políticas) (Kingdon, 1967). Cuando las ganancias empresariales ascienden, los CEO aceptan enormes bonificaciones debidas a sus habilidades gerenciales. Cuando las ganancias se transforman en pérdidas, bueno, ¿qué se puede esperar de una economía a la baja? Este fenómeno de **atribuciones en beneficio propio** (atribuir los resultados positivos a uno mismo y los negativos a algo más) es uno de los sesgos humanos más potentes (Mezulis et al., 2004). Esto podría ocurrir por una buena razón: hacer atribuciones en beneficio propio activa áreas cerebrales que se asocian con la recompensa y el placer (Seidel et al., 2010).

Las atribuciones en beneficio propio contribuyen a las discordias maritales, a la insatisfacción laboral y a los puntos muertos en las negociaciones (Kruger y Gilovich, 1999). No es sorpresa que las personas divorciadas casi siempre culpen del divorcio a sus parejas (Gray y Silver, 1990) o que a menudo los gerentes atribuyan el bajo desempeño a la falta de capacidad o esfuerzo de los trabajadores, en tanto que estos últimos culpan a los factores externos, como la carga de trabajo excesiva o a sus compañeros difíciles (Imai, 1994; Rice, 1985). Tampoco es sorpresivo que la gente evalúe los aumentos de sueldo como más justos cuando reciben un aumento mayor que la mayoría de sus compañeros de trabajo (Diekmann et al., 1997).

Ayudamos a mantener nuestras autoimágenes positivas asociándonos con el éxito y distanciándonos del fracaso. Por ejemplo: "Saqué 10 en mi prueba de Economía", en lugar de: "El profesor me puso un seis en la prueba de Historia". Atribuir el fracaso o el rechazo a algo externo, incluso al prejuicio de otra persona, es menos deprimente que considerarse poco merecedor (Major et al., 2003). Los periodistas estaban más inclinados a escribir que "nosotros" (personas como ellos) tuvimos un resultado positivo pero "ellos" (personas diferentes) tuvieron uno negativo (Sendén et al., 2014). Sin embargo, la mayoría de la gente reconocerá sus fracasos del pasado: aquellos que tuvo su yo anterior, indican Anne Wilson y Michael Ross (2001). Al describir su yo previo a la universidad, sus alumnos en la Universidad de Waterloo ofrecieron casi tantas afirmaciones negativas como positivas. La mayoría de la gente presumía: "Aprendí y maduré mucho y hoy soy una mejor persona". Tontos ayer y triunfadores hoy.

"Nunca me culpé a mí mismo por no pegarle a la bola. Simplemente culpaba al bate y si seguía fallando, simplemente cambiaba de bate".

—Yogi Berra

Irónicamente, incluso estamos sesgados para ver nuestro propio sesgo. La gente afirma evitar el sesgo en beneficio propio, pero con toda facilidad reconoce que los demás lo cometen (Pronin et al., 2002). Este punto ciego del sesgo puede tener graves consecuencias durante los conflictos. Si usted está negociando con su compañera de departamento acerca de quién debe ocuparse de determinadas labores domésticas y cree que ella tiene una perspectiva sesgada de la situación, es mucho más probable que se enoje (Pronin y Ross, 2006). En apariencia, consideramos que somos objetivos y que todos los demás tienen un sesgo. No sorprende que peleemos, porque cada uno está convencido de estar en lo correcto y libre de sesgos. Como dice el lema impreso en camisetas: "Todos tienen derecho a mi propia opinión".

¿El sesgo en beneficio propio es universal o las personas de culturas colectivistas son inmunes? Los miembos de culturas colectivistas se asociaron con palabras positivas y rasgos valiosos (Gaertner et al., 2008; Yamaguchi et al., 2007). Sin embargo, en algunos estudios, los colectivistas tienen menos probabilidades de realzarse a sí mismos creyendo que son mejores que los demás (Church et al., 2014; Falk et al., 2009; Heine y Hamamura, 2007), en particular en los ámbitos individualistas, como los de liderazgo o logro individual (Sedikides et al., 2003, 2005).

Enfoque

Sesgo en beneficio propio: ¿cómo me amo? Déjame enumerar las formas

El columnista Dave Barry (1998) señala: "La única cosa que nos une a todos los seres humanos, independientemente de la edad, el género, la religión, el nivel económico o los antecedentes éticos es que, en nuestro interior, todos creemos que somos mejores conductores que los demás". También creemos que somos mejores que la mayoría en cualquier otro rasgo subjetivo y deseable. Entre los muchos aspectos del sesgo en beneficio propio están los siguientes:

- *Ética*. La mayoría de los empresarios se consideran más éticos que el empresario promedio (Baumhart, 1968; Brenner y Molander, 1977). Una encuesta en Estados Unidos preguntó: "¿Cómo calificaría su moral y sus valores en una escala de 1 a 100 (donde 100 sería perfecto)?". Cincuenta por ciento de la gente se calificó en 90 o superior; solo 11% dijo 74 o menos (Lovett, 1997).
- *Competencia profesional*. En una encuesta, 90% de los gerentes empresariales calificaron su desempeño como superior en comparación con el promedio de sus homólogos (French, 1968). En Australia, 86% de las personas calificó su desempeño laboral como superior al promedio y solo 1% como inferior al promedio (Headey y Wearing, 1987). La mayoría de los cirujanos creía que la tasa de mortalidad de sus pacientes era menor que el promedio (Gawande, 2002).
- *Virtudes*. En los Países Bajos, la mayoría de los estudiantes de preparatoria se calificaba como más honrada, persistente, original, amistosa y confiable que el estudiante preparatoriano promedio (Hoorens, 1993, 1995). La mayoría de la gente también piensa que tiene mayor probabilidad que los demás de donar sangre, hacer donativos de beneficencia y ceder el asiento del autobús a una mujer embarazada (Klein y Epley, 2017).
- *Voto*. Cuando se les preguntó si votarían en una elección próxima, 90% de los estudiantes dijo que lo haría, pero suponía que solo 75% de sus compañeros votaría. ¿Cuál fue el resultado real? Sesenta y nueve por ciento votó (Epley y Dunning, 2006). Somos mejores para predecir la conducta socialmente deseable de los demás que la propia.
- *Inteligencia*. La mayoría de la gente se considera más inteligente, con mejor aspecto y mucho menos prejuiciosa que las personas promedio semejantes a ellas (Public Opinion, 1984; Watt y Larkin, 2010; Wylie, 1979). Cuando alguien supera su desempeño, las personas tienden a pensar que el otro es un genio (Lassiter y Munhall, 2001).
- *Apoyo parental*. La mayoría de los adultos cree que apoya más a sus padres ancianos de lo que lo hacen sus hermanos (Lerner et al., 1991).
- *Salud*. Los residentes de Los Ángeles se consideraban más sanos que la mayoría de sus vecinos y la mayoría de los estudiantes universitarios creían que superarían en 10 años la edad de mortalidad predicha por métodos actuariales (Larwood, 1978; Snyder, 1978).
- *Atractivo*. Como me pasa a mí [DM], ¿su experiencia es que la mayoría de las fotos que le han tomado no le hacen justicia? Un experimento le mostró a la gente una serie de rostros, uno de los cuales era el suyo y los demás eran modificaciones más y menos atractivas de su propio rostro (Epley y Whitchurch, 2008). Cuando se les preguntó cuál era su propio rostro, la gente tendió a identificar una versión modificada en la que su apariencia era más atractiva.
- *Conducción de vehículos*. La mayoría de los conductores, incluso la mayoría de quienes estuvieron hospitalizados por accidentes, creen que son más precavidos y más hábiles que el conductor promedio (Guerin, 1994; McKenna y Myers, 1997; Svenson, 1981). Dave Barry tenía razón.

¿TODOS PODEMOS SER MEJORES QUE EL PROMEDIO?

El sesgo en beneficio propio también aparece cuando las personas se comparan con los demás. Si Lao Tse, el filósofo chino del siglo VI a. C., tenía razón al decir que "En ninguna época en el mundo, el hombre cuerdo rebasará sus propios límites, se extralimitará en sus gastos y sobreestimará sus propias cualidades", entonces la mayoría de nosotros estamos un poco locos. En las *dimensiones subjetiva*, *socialmente deseable* y *común*, la mayoría de la gente se considera a sí misma como más ética, más competente en su trabajo, más amigable, más inteligente, más bien parecida, menos prejuiciosa, más sana e, incluso, más perspicaz y menos sesgada en sus autoevaluaciones. Todo hombre condenado por delitos violentos se calificó a sí mismo como más moral, gentil y confiable que la mayoría de la gente (Sedikides et al., 2014) (lea "Enfoque: el sesgo en beneficio propio: ¿Cómo me amo? Déjame enumerar las formas").

Al parecer, toda comunidad es como el ficticio Lago Wobegon, donde "todas las mujeres son fuertes, todos los hombres son guapos y todos los niños son superiores al promedio". Muchas

¿Quién cuida a los niños? Los papás creen que ellos lo hacen la mitad del tiempo, pero las mamás no coinciden.
©Fabrice Lerouge/SuperStock

personas creen que en el futuro se volverán todavía mejores en comparación con los demás; parecen pensar: si ahora soy bueno, seré incluso mejor (Kanten y Teigen, 2008). El fenómeno se oculta en el chiste que contaba Freud acerca del marido que le dijo a su esposa: "Si uno de los dos muere, me mudaré a París".

El sesgo en beneficio propio también es común en los matrimonios. En una encuesta del 2008, 49% de los hombres casados dijo que hacía la mitad de la mayoría de las labores de cuidado de sus hijos. Pero solo 31% de las esposas dijo que sus maridos lo hacían. En la misma encuesta, 70% de las esposas dijo que ellas se ocupaban de la mayoría de las labores de cocina, pero 56% de los varones dijo que *ellos* eran quienes cocinaban la mayor parte del tiempo (Galinsky et al., 2009).

Mi esposa y yo [DM] solíamos lanzar la ropa al suelo junto al cesto de ropa en nuestro cuarto. En la mañana, alguno de los dos la ponía dentro del cesto. Cuando me sugirió que me responsabilizara más de esa labor, pensé: "¿Qué? Ya lo hago en el 75% de las ocasiones". Entonces le pregunté cuántas veces creía que ella había recogido la ropa y su respuesta fue: "¡Ah! Cerca de 75% de las veces".

La regla general es que las estimaciones de los miembros de un grupo acerca de cuánto contribuyen a una tarea conjunta típicamente suman más de 100% (Savitsky et al., 2005). Eso ocurre en particular en los grandes grupos, en los cuales la gente no está consciente de las contribuciones de muchos otros (Schroeder et al., 2016).

En general, el sesgo en beneficio propio es más fuerte para los rasgos que son más subjetivos o difíciles de medir. Setenta y seis por ciento de los estudiantes universitarios en 2016 creía que eran superiores al promedio en "impulso al logro" (un atributo más subjetivo), pero solo 48% pensaba que eran superiores al promedio en el ámbito más cuantificable de capacidad para las matemáticas (Twenge, 2017). Las cualidades subjetivas nos dan un margen para construir nuestra propia definición de éxito (Dunning et al., 1989, 1991). Cuando yo [JT] pienso en mi capacidad atlética, puedo enfocarme en mi habilidad para nadar y elijo olvidar las tardes en que me escondía en el jardín durante los juegos de softbol con la esperanza de que nadie lanzara la bola para allá. En una encuesta del College Entrance Examination Board (Consejo de Evaluación para Ingreso a la Universidad) a 829 000 estudiantes del último grado de preparatoria, *ninguno* se calificó como inferior al promedio en "capacidad para congeniar con otras personas" (un rasgo subjetivo deseable), 60% se calificó dentro del 10% superior ¡y 25% pensó que estaban en el 1% superior! En una encuesta del 2013 hecha en Gran Bretaña, 98% de los jóvenes de 17 a 25 años creían ser buenos conductores, aunque 20% tuvieron un accidente en el curso de los seis meses posteriores a aprobar su examen de manejo (AFP, 2013).

Los investigadores se preguntaron: ¿La gente realmente cree sus estimaciones de sí mismas como superiores al promedio? ¿Este sesgo en beneficio propio depende en parte de cómo redactan las preguntas (Krizan y Suls, 2008)? Cuando Elanor Williams y Thomas Gilovich (2008) les pidieron a las personas que apostaran dinero real al estimar su propio desempeño en pruebas, encontraron que, en efecto, "la gente realmente cree en sus autoevaluaciones de superioridad".

OPTIMISMO POCO REALISTA

El optimismo predispone a un enfoque positivo de la vida. H. Jackson Brown (1990, p. 79) indicaba que "El optimista se asoma todas las mañanas por la ventana y dice: 'Buenos días, Dios'. El pesimista se asoma por la ventana y dice: ¡Mi Dios, es de día!".

Algunos estudios con más de 90 000 personas en 22 culturas revelan que la mayoría de los seres humanos están más inclinados al optimismo que al pesimismo (Fischer y Chalmers, 2008; Shepperd et al., 2013, 2015). De hecho, la mayoría tenemos lo que el investigador Neil Weinstein (1980, 1982) denomina "un optimismo poco realista acerca de los sucesos futuros en la vida". En una encuesta mundial que se realizó entre 2006 y 2008, la mayoría de la gente esperaba que su vida mejoraría más en los siguientes cinco años de lo que lo había hecho en los últimos cinco (Deaton, 2009); una expectativa especialmente sorprendente si consideramos la recesión mundial que ocurrió entonces. En parte debido a su relativo pesimismo sobre el destino de los demás (Hoorens et al., 2008; Shepperd, 2003), los estudiantes perciben que tienen más probabilidades que sus compañeros de conseguir un buen empleo, obtener un buen salario y comprarse una casa. También piensan que tienen *menos* probabilidades de sufrir acontecimientos negativos,

"Las perspectivas acerca del futuro son de un color tan rosa que avergonzarían a cualquier niña ingenua".

—Shelley E. Taylor, *Seamos optimistas: ilusiones positivas,* 1989

como desarrollar un problema con la bebida, sufrir un infarto antes de los 40 o que los despidan. Las mujeres adultas tienen mucha más probabilidad de ser exageradamente optimistas, en lugar de pesimistas, en cuanto a su riesgo relativo de presentar cáncer de mama (Waters et al., 2011). En promedio, los fanáticos del fútbol creen que su equipo favorito tiene 70% de probabilidades de ganar su siguiente juego (Massey et al., 2011).

El optimismo ilusorio aumenta nuestra vulnerabilidad. Al creer que somos inmunes al infortunio, no tomamos precauciones sensatas. Las estudiantes de pregrado que eran sexualmente activas y que no utilizaban anticonceptivos en forma consistente, se consideraban mucho *menos* vulnerables a un embarazo no deseado en comparación con otras mujeres en su universidad (Burger y Burns, 1988). La gente que trata de dejar de fumar y que cree tener una fuerza de voluntad superior al promedio tiene mayor probabilidad de guardar cigarrillos en algún lugar próximo y situarse junto a personas que fuman, los cuales son comportamientos que pueden conducir a recaídas en el tabaquismo (Nordgren et al., 2009). Los conductores adultos mayores que se calificaban como "superiores al promedio" tuvieron una probabilidad cuatro veces mayor que los conductores más modestos de fallar en una prueba de manejo y de que se les calificara como "poco seguros" (Freund et al., 2005). Es frecuente que los estudiantes que ingresan a la universidad con evaluaciones infladas acerca de su capacidad académica sufran decepciones que producen una baja en su autoestima y bienestar, lo cual hace más probable que abandonen los estudios (Robins y Beer, 2001). En el ejemplo que quizá es el de mayor envergadura, muchos compradores de vivienda, casas de préstamo hipotecario e inversionistas a mediados de la primera década de este siglo mostraron un optimismo poco realista en su creencia de que "el sector de vivienda nunca sufre caídas", y acumularon grandes deudas. El resultado final fue una oleada de embargos hipotecarios que generaron la recesión de 2007-2009, la caída económica más grave desde la Gran Depresión. Incluso Adam Smith, el economista del siglo XVII y defensor de la racionalidad económica humana, previó que la gente sobreestimaría sus probabilidades de ganar y señaló: "Esta absurda suposición de su buena fortuna personal [proviene de] la soberbia arrogante que tienen la mayoría de los hombres acerca de sus propias capacidades" (Spiegel, 1971. p. 243)

Optimismo ilusorio: la mayoría de las parejas se casan confiadas en que su amor durará largo tiempo. De hecho, en las culturas individualistas, la mitad de los matrimonios fracasan.
©Studio Zanello/Streetstock Images/Blend Images/Getty Images

"Dios, concédeme la serenidad para aceptar las cosas que no puedo cambiar, el valor para cambiar las cosas que puedo y la sabiduría para reconocer la diferencia".

—Reinhold Niebuhr, "Oración de la serenidad", 1943

Por otro lado, el optimismo vence en definitiva al pesimismo en la promoción de la autoeficacia, la salud y el bienestar (Armor y Taylor, 1996; Segerstrom, 2001). Como optimistas natos, la mayoría de la gente cree que será más feliz en el futuro: una creencia que seguramente ayuda a crear felicidad en el presente (Robinson y Ryff, 1999). Los pesimistas incluso mueren más pronto, en apariencia debido a que tienen mayores probabilidades de sufrir infortunados accidentes (Peterson et al., 2001). Si nuestros ancestros prehistóricos optimistas tenían mayor probabilidad que sus vecinos pesimistas de vencer los retos y sobrevivir, no es sorpresa que estemos inclinados al optimismo (Haselton y Nettle, 2006).

pesimismo defensivo
El valor adaptativo de anticipar los problemas y controlar las propias ansiedades para motivar la acción eficiente.

Sin embargo, un toque de realismo, o lo que Julie Norem (2000) llama **pesimismo defensivo**, a veces puede salvarnos de los peligros de un optimismo poco realista. El pesimismo defensivo anticipa los problemas y motiva el afrontamiento eficiente. Como dice un proverbio chino: "Prepárate para el peligro mientras estás en paz". Los estudiantes que exhiben un optimismo excesivo (como ocurre con muchos que obtendrán bajas calificaciones) se benefician de cierto grado de duda de sí mismos, lo cual los motiva a estudiar (Prohaska, 1994; Sparrell y Shrauger, 1984). Los estudiantes demasiado confiados tienden a no prepararse, en tanto que sus compañeros con igual capacidad, pero menos confiados, estudian con mayor ahínco y obtienen calificaciones más altas (Goodhart, 1986; Norem y Cantor, 1986; Showers y Ruben, 1987). Con frecuencia es útil ver las cosas de manera más inmediata y realista. En un experimento, los estudiantes fueron exageradamente optimistas al predecir su desempeño cuando el examen era hipotético, pero fueron muy precisos cuando el examen era inminente (Armor y Sackett, 2006). Una cosa es creer que eres maravilloso cuando nada prueba lo

¿Elige a un conductor designado cuando sale? El efecto de singularidad falsa podría conducirle a pensar que esta virtud suya es excepcional, aunque no lo sea.
©Purestock/Alamy Stock Photo

efecto del falso consenso
La tendencia a sobreestimar lo común de las propias opiniones y de los comportamientos indeseables o poco exitosos de uno mismo.

efecto de falsa singularidad
La tendencia a subestimar lo común de nuestras capacidades y de nuestros comportamientos deseables o exitosos.

"Siempre recuerda que eres absolutamente único. Igual que todos los demás".

—Anónimo, aunque a veces se atribuye a Jim Wright.

contrario, pero cuando se aproxima un examen, es mejor no parecer un tonto presuntuoso.

También es importante escuchar las críticas. "Una amable regla que con frecuencia digo a mis alumnos —escribe David Dunning (2006)— es que si dos personas les hacen el mismo comentario negativo de manera independiente, por lo menos deberían considerar la posibilidad de que sea cierto". Así que tanto el pensamiento negativo como el positivo son poderosos. La moraleja es que el éxito en la escuela y fuera de esta requiere el suficiente optimismo para mantener la esperanza y el suficiente pesimismo para motivar la preocupación.

FALSO CONSENSO Y SINGULARIDAD

Tenemos la curiosa tendencia a mejorar nuestra autoimagen a través de sobreestimar o subestimar qué tan parecida es la forma de pensar y actuar de los demás respecto a la nuestra. En asuntos de *opinión*, encontramos apoyo para nuestras posturas sobreestimando qué tanto concuerdan los demás: un fenómeno que se conoce como **efecto del falso consenso** (Krueger y Clement, 1994b; Marks y Miller, 1987; Mullen y Goethals, 1990). Los usuarios de Facebook tuvieron 90% de precisión al estimar cuándo coincidirían con sus amigos en temas de política y de otros tipos, pero tuvieron apenas 41% de precisión al estimar el desacuerdo (Goel et al., 2010). En otras palabras, pensaban que sus amigos coincidirían más con ellos de lo que coincidían en realidad. Y esto va más allá de la política: cuando los estudiantes universitarios de California pensaban en su celebridad favorita, subestimaban de manera significativa el grado al que otras personas expresarían desagrado hacia su estrella idolatrada (Bui, 2012). Los australianos blancos que tenían prejuicios contra los aborígenes estaban en mayor probabilidad de creer que otros blancos también tenían prejuicios (Watt y Larkin, 2010). El sentido que le damos al mundo parecería ser el sentido común.

Cuando nos portamos mal o fallamos en una tarea, nos tranquilizamos pensando que tales errores también son comunes. Después de que una persona le miente a otra, el mentiroso empieza percibir a la *otra* persona como deshonesta (Sagarin et al., 1998). Si sentimos deseo sexual hacia alguien es posible que sobreestimemos el deseo recíproco del otro. Suponemos que los demás piensan y actúan como nosotros: "Miento, pero ¿no todo el mundo lo hace?". Si falseamos nuestras declaraciones de impuestos, fumamos o mejoramos nuestra apariencia, es probable que sobreestimemos la cifra de otras personas que hacen lo mismo. Como comenta el actor David Hasselhoff, quien solía actuar en *Guardianes de la Bahía*: "Me puse Botox. ¡Todo el mundo lo hace!". El proverbio dice que "No vemos las cosas como son, sino como somos".

Dawes (1990) propone que es posible que este consenso falso ocurra porque generalizamos a partir de una muestra limitada, que nos incluye en un sitio destacado. Al carecer de otra información, ¿por qué no "proyectarnos"? ¿por qué no adjudicar nuestro conocimiento a otros y usar nuestras respuestas como indicación de sus probables respuestas? Asimismo, es más probable que pasemos tiempo con personas que comparten nuestras actitudes y comportamientos y que, en consecuencia, juzguemos al mundo a partir de las personas que conocemos. No es sorpresa que los alemanes tiendan a pensar que el europeo promedio se asemeja bastante a los alemanes, en tanto que los portugueses piensan que el aspecto de los europeos se asemeja más a los portugueses (Imhoff et al., 2011).

Sin embargo, en asuntos de *capacidad* o cuando nos comportamos bien o exitosamente, es más frecuente que surja un **efecto de falsa singularidad** (Goethals et al., 1991). Satisfacemos nuestra autoimagen viendo nuestros talentos y conductas morales como relativamente inusuales. Los estudiantes universitarios holandeses preferían formar parte de un grupo más amplio en asuntos de opinión, como la política (falso consenso), pero querían formar parte de un grupo de menor tamaño en asuntos de gusto, como las preferencias musicales (falsa singularidad; Spears et al., 2009). Después de todo, una banda deja de ser *cool* si le gusta a demasiadas personas. Las estudiantes universitarias que eligen a un conductor designado subestiman cuántas otras mujeres toman la misma precaución (Benton et al., 2008). Así, es posible que consideremos que nuestras fallas son relativamente normales, en tanto que nuestras virtudes son relativamente excepcionales.

En resumen, el sesgo en beneficio propio se presenta en forma de atribuciones que nos favorecen, comparaciones autocomplacientes, optimismo ilusorio y falso consenso relacionado con nuestros propios errores (**figura 2.6**).

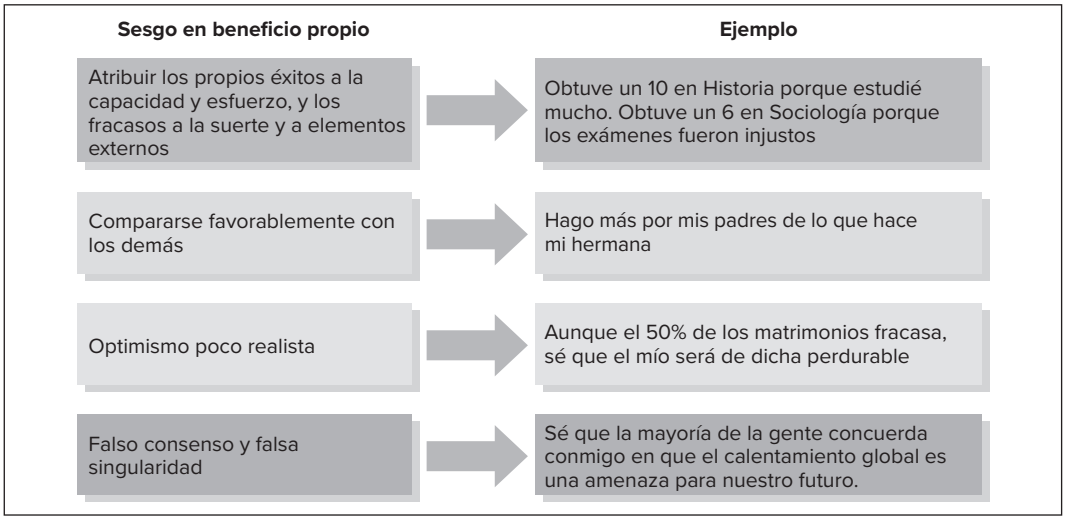


FIGURA 2.6
¿Cómo funciona el sesgo en beneficio propio?

EXPLICACIÓN DEL SESGO EN BENEFICIO PROPIO

¿Por qué la gente se percibe de formas que provocan una mejor impresión de sí mismos? Es posible que el sesgo en beneficio propio ocurra debido a errores en la manera en que procesamos y recordamos información sobre nosotros mismos. Compararnos con los demás requiere que notemos, evaluemos y recordemos su comportamiento y el nuestro. Esto crea múltiples oportunidades de errores en nuestro procesamiento de información (Chambers y Windschitl, 2004). ¿Recuerda que las personas casadas se daban el crédito de haber hecho más labores domésticas que sus cónyuges? Eso podría ocurrir porque recordamos lo que hicimos, pero no lo que hizo nuestra pareja (Kahneman y Deaton, 2010). Yo mismo [DM] podía verme fácilmente recogiendo la ropa del piso de la recámara, pero no estaba consciente de las veces que distraídamente la pasaba por alto.

Es decir, ¿las percepciones sesgadas son simplemente un error de percepción, una falla carente de emociones en nuestro modo de procesar información? ¿O también están implicados *motivos* en beneficio propio? A partir de las investigaciones, ahora nos queda claro que tenemos múltiples motivos. En la búsqueda del conocimiento, nos motiva *evaluar nuestra competencia* (Dunning, 1995). En la búsqueda de la autoconfirmación, nos motiva *verificar nuestros conceptos* (Sanitioso et al., 1990; Swann, 1996, 1997). En la búsqueda de la autoafirmación, nos motiva especialmente *mejorar nuestra propia imagen* (Sedikides, 1993). En consecuencia, tratar de aumentar nuestra autoestima nos ayuda a potenciar nuestro sesgo en beneficio propio. Como supone el psicólogo Daniel Batson (2006): "La cabeza es la extensión del corazón".

"Los pecados ajenos están frente a nuestros ojos; los nuestros están detrás de nuestra espalda".

—Séneca, *Sobre la ira,* 43 d. C.

EN RESUMEN: ¿Cuál es el sesgo en beneficio propio?

- Contrariamente a la suposición de que la mayoría de la gente sufre de baja autoestima o de sentimientos de inferioridad, los investigadores encuentran de manera consistente que las personas exhiben un *sesgo en beneficio propio*. En los experimentos y en la vida diaria, a menudo nos adjudicamos el crédito de nuestros éxitos mientras que culpamos de nuestros fracasos a la situación.
- La mayoría de la gente se considera mejor al promedio en rasgos y capacidades subjetivas y deseables.
- Exhibimos un optimismo poco realista acerca de nuestro futuro.
- Sobreestimamos lo común de nuestras opiniones y defectos (*falso consenso*), pero subestimamos lo comunes que son nuestras capacidades y virtudes (*falsa singularidad*).
- Tales percepciones provienen en parte de un motivo dirigido a mantener y mejorar la autoestima: un motivo que protege a la gente de la depresión, pero que contribuye a los juicios equívocos y a los conflictos grupales.
- El sesgo en beneficio propio puede ser adaptativo en el sentido que nos permite saborear las cosas buenas que suceden en nuestras vidas. Sin embargo, cuando suceden cosas malas, el sesgo en beneficio propio quizá tenga un efecto de inadaptación al causar que culpemos a los demás o que nos sintamos privados injustamente que algo que "merecíamos".

¿CÓMO MANEJA LA GENTE SU AUTOPRESENTACIÓN?

Defina la autopresentación y comprenda la manera en que el manejo de impresiones puede explicar la conducta.

Hasta este momento, hemos visto que el yo está en el centro de nuestros mundos sociales, que la autoestima y la autoeficacia rinden algunos dividendos y que el sesgo en beneficio propio influye en las evaluaciones de uno mismo. Quizá se haya preguntado: ¿las expresiones dirigidas a mejorar la imagen de uno mismo siempre son sinceras? ¿Las personas tienen los mismos sentimientos en privado que los que expresan de manera pública o simplemente exhiben un rostro positivo mientras viven con dudas acerca de sí mismas?

AUTOSABOTAJE

autosabotaje
Proteger la propia autoimagen con comportamientos que crean una cómoda excusa para fracasos posteriores.

A veces la gente sabotea sus oportunidades de éxito creando impedimentos que hacen que el éxito sea menos probable, lo cual se conoce como **autosabotaje**.

Imagínese en la posición de los participantes de la Universidad Duke que trabajaron con Steven Berglas y Edward Jones (1978). Su labor es adivinar las respuestas de algunas preguntas difíciles sobre aptitudes y le dicen: "¡Sus puntuaciones fueron unas de las mejores que hemos visto hasta el momento!". Sintiéndose muy afortunado, le ofrecen la opción entre dos fármacos antes de responder más de esos reactivos. Uno de los fármacos le ayudará en su desempeño intelectual, mientras que el otro lo inhibirá. ¿Cuál fármaco prefiere? La mayoría de los estudiantes quisieron el medicamento que supuestamente alteraría su pensamiento, lo cual les proporcionaba una cómoda excusa para un mal desempeño.

"Si intentas fracasar y tienes éxito, ¿qué lograste?"

—Anónimo

Los investigadores han documentado otras maneras en que las personas se autosabotean. Al temer el fracaso, la gente:

- reduce su preparación para importantes eventos atléticos individuales (Rhodewalt et al., 1984).
- le da ventaja a sus oponentes (Shepperd y Arkin, 1991).
- tiene un bajo desempeño al final de una tarea para no crear expectativas inalcanzables (Baumgardner y Brownlee, 1987).
- no hace tanto esfuerzo como podría durante una tarea difícil que implica al ego (Hormuth, 1986; Pyszczynski y Greenberg, 1987; Riggs, 1992; Turner y Pratkanis, 1993).

Lejos de ser deliberadamente autodestructivas, esas conductas tienen de manera típica una finalidad de autoprotección (Arkin et al., 1986; Baumeister y Scher, 1988; Rhodewalt, 1987): "En realidad no soy un fracaso, me hubiera ido bien si no fuera por este problema". Por desgracia, en general, esta estrategia es contraproducente: los estudiantes que se autosabotean terminan con promedios generales inferiores (Schwinger et al., 2014).

"Después de perder contra algunas rivales más jóvenes, la famosa tenista, Martina Navratilova, confesó: "temía dar mi mejor juego... Me asustaba descubrir que podían derrotarme cuando estaba jugando a mi máximo, porque si podían hacerlo, estaba acabada".

—Frankel y Snyder (1987)

¿Por qué la gente se sabotearía con comportamientos contraproducentes? Recuerde que ansiosamente protegemos nuestra autoimagen atribuyendo los fracasos a factores externos. De este modo, al *temer al fracaso*, las personas podrían sabotearse yéndose de fiesta toda la noche antes de una entrevista de trabajo o jugando videojuegos en lugar de estudiar antes de un examen importante. Cuando la autoimagen se vincula con el desempeño, puede ser más desmoralizante hacer un esfuerzo intenso y fallar que posponer y tener una excusa fácil. Si fallamos cuando tenemos algún tipo de desventaja, podemos aferrarnos a una sensación de competencia; si tenemos éxito en esas condiciones, eso simplemente elevaría nuestra autoimagen. Las desventajas protegen tanto la autoestima como la imagen pública al permitirnos atribuir los fracasos a algo temporal o externo ("Me sentía mal"; "Anoche me quedé despierto hasta muy tarde"), en lugar de por una falta de talento o capacidad.

MANEJO DE IMPRESIONES

El sesgo en beneficio propio, la falsa modestia y el autosabotaje revelan la profundidad de nuestras preocupaciones respecto de la autoimagen. A diversos grados, manejamos continuamente las impresiones que creamos. Ya sea que deseemos impresionar, intimidar o parecer indefensos, somos

animales sociales que damos una presentación ante un público. El deseo humano de aceptación social es tan grande que puede llevar a las personas al riesgo de dañarse por medio del tabaquismo, los atracones de comida, el sexo prematuro o el consumo de alcohol y drogas (Rawn y Vohs, 2011).

La **autopresentación** se refiere al anhelo de presentar una imagen deseada, tanto hacia un público externo (otras personas), como ante un público interno (nosotros mismos). Nos esforzamos en manejar las impresiones que creamos. Nos excusamos, justificamos o disculpamos según se necesite para reforzar nuestra autoestima y verificar nuestras autoimágenes (Schlenker y Weigold, 1992). Del mismo modo que preservamos nuestra autoestima, también debemos asegurarnos de no presumir demasiado y arriesgarnos a la desaprobación ajena (Anderson et al., 2006). En una investigación, los estudiantes a los que se les dijo que "dieran su mejor cara de allí en adelante", de hecho dejaron una impresión más negativa en la gente que acababan de conocer que aquellos que no estaban sometidos a una demanda de autopresentación (Human et al., 2012). Una estrategia de autopresentación es el "fanfarroneo humilde": un intento por disfrazar la presunción detrás de una falsa humildad ("¡Todavía no puedo creer que haya sido el único que consiguió el trabajo entre 300 solicitantes!", "¡No me puse maquillaje y siguen acercándoseme los tipos!"). Un estudio encontró que el fanfarroneo humilde generalmente resulta contraproducente al no poder transmitir humildad ni impresionar a los demás (Sezer et al., 2018).

En la era de las *selfies*, la autopresentación puede ser casi una preocupación constante.
©mindof/123RF

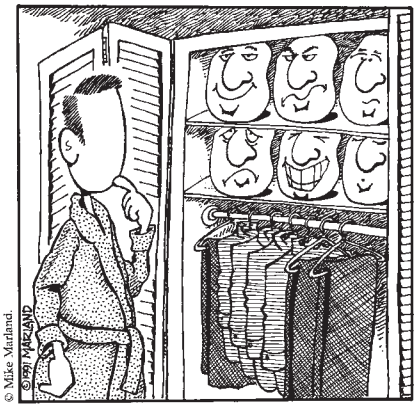
La interacción social es el equilibrio entre vernos bien, pero *no demasiado* bien. Esto parece ser particularmente cierto en culturas colectivistas, donde la modestia es la estrategia por defecto para evitar ofender a los demás. Cuando no existe riesgo de ofender, los participantes japoneses realzaron su propia persona tanto como los estadounidenses (Yamagishi et al., 2012).

En situaciones conocidas, la autopresentación ocurre sin esfuerzo consciente. En situaciones desconocidas, quizá en una fiesta con personas a las que nos gustaría impresionar o al conversar con alguien que nos gusta, nos sentimos profundamente conscientes de la impresión que damos y, por ende, somos menos modestos que cuando estamos entre amigos que nos conocen bien (Leary et al., 1994; Tice et al., 1995). Al prepararnos para que nos tomen una fotografía, es posible que incluso intentemos diferentes expresiones frente al espejo. Lo hacemos a pesar de que la autopresentación activa agota la energía, lo cual a menudo conduce a una reducción en la eficacia; por ejemplo, a una menor persistencia en una tarea experimental tediosa o a mayor dificultad para reprimir expresiones emocionales (Vohs et al., 2005). El lado positivo es que la autopresentación puede mejorar de manera inesperada el estado de ánimo. Las personas se sintieron significativamente mejor cuando pensaron que se sentirían así después de hacer su mejor esfuerzo por "poner su mejor cara de allí en adelante" y se concentraron en dar una impresión positiva a su novio o novia. Elizabeth Dunn y sus colaboradores (2008) concluyen que las noches de cita para las parejas que llevan largo tiempo juntas funcionan porque alientan la autopresentación activa, lo cual mejora el estado de ánimo.

autopresentación
El acto de expresarse y comportarse de modos diseñados para crear una impresión favorable o para dar una impresión que corresponda a los propios ideales.

Los sitios de redes sociales como Facebook proveen un lugar nuevo y a veces acelerado para la autopresentación. El profesor en comunicaciones, Joseph Walther, dice que son "como manejo de impresiones con esteroides" (Rosenbloom, 2008). Los usuarios toman decisiones cuidadosas sobre cuáles imágenes, actividades e intereses destacarán en sus perfiles. Juguetear con la autopresentación en línea aparentemente tiene sus beneficios: la gente que edita su propio perfil en Facebook informa de manera posterior una mayor autoestima (Gentile et al., 2012; Gonzales y Hancock, 2011). En vista de la preocupación con el estatus y el atractivo en los sitios de redes sociales, no sorprende que las personas con rasgos narcisistas elevados prosperen en Facebook, juntando más amigos y eligiendo imágenes más atractivas de sí mismos (Buffardi y Campbell, 2008).

Identidad de grupo. En los países asiáticos se restringe la autopresentación. Los niños aprenden a identificarse con sus grupos.
©imtmphoto/Shutterstock



"Mmmm... ¿qué me pondré hoy...?

©Mike Marland.

En vista de la preocupación por la autopresentación, no es sorprendente que las personas se autosaboten cuando el fracaso podría hacerlas verse mal. Es común que la gente asuma riesgos de salud bronceándose con radiación que les provoca arrugas y que causa cáncer; haciéndose perforaciones o tatuajes que carecen de la higiene apropiada; volviéndose anoréxicos; o cediendo a la presión de sus pares en cuanto a fumar, emborracharse o usar drogas (Leary et al., 1994). No es sorprendente que la gente exprese más modestia cuando sus elogios hacia sí mismos están en posibilidad de desmentirse, quizá por expertos que analicen las descripciones de sí mismos (Arkin et al., 1980; Riess et al., 1981; Weary et al., 1982). Es probable que la profesora Smith exprese mayor modestia acerca de su trabajo cuando lo presenta ante colegas de su profesión que cuando lo muestra a sus alumnos: sus colegas tendrán elementos para derribarla de su nube.

Para algunas personas, la autopresentación consciente es un modo de vida. Vigilan continuamente su propio comportamiento y toman nota de la reacción de los demás, para después adaptar su desempeño social con la finalidad de obtener un efecto deseado. Aquellos con altas puntuaciones en una escala de **autovigilancia** (quienes, por ejemplo, concuerdan en que "Tiendo a ser como las personas esperan que sea"), actúan como camaleones sociales: usan la autopresentación para adaptar su comportamiento en respuesta a situaciones externas (Gangestad y Snyder, 2000; Snyder, 1987; Tyler et al., 2015). Al haber sintonizado su comportamiento con la situación, es más probable que expresen actitudes que en realidad no tienen y menos probable que expresen o actúen según sus propias actitudes (Zanna y Olson, 1982). Como señaló Mark Leary (2004b), el yo que conocen a menudo difiere del yo que muestran. Como camaleones sociales, aquellos con altas puntuaciones en autovigilancia también están menos comprometidos con sus relaciones y están en mayor probabilidad de sentirse insatisfechos con sus matrimonios (Leone y Hawkins, 2006). Por otro lado, es posible que estas mismas personas obtengan más conexiones en línea. Por ejemplo, publican más en Facebook y reciben más "me gusta" de sus amigos (Hall y Pennington, 2013).

autovigilancia
Estar sintonizado con la manera en que uno se presenta a sí mismo en situaciones sociales y adaptar el propio desempeño para crear la impresión deseada.

A las personas con bajas puntuaciones en autovigilancia les importa menos lo que otros piensen. Se guían más de manera interna y, por ende, es más probable que hablen o actúen según sienten y creen (McCann y Hancock, 1983). Por ejemplo, si se les pide que señalen sus ideas acerca de las parejas gay, simplemente expresan lo que piensan, sin importar las actitudes de su público anticipado (Klein et al., 2004). Como podría imaginar, alguien que tiene un nivel extremadamente bajo de autovigilancia podría parecer un patán insensible, en tanto que un nivel extremadamente alto de autovigilancia conduciría a una conducta deshonesta semejante a la de un estafador. La mayoría de las personas nos situamos en algún punto intermedio entre ambos extremos.

"La opinión pública siempre ha sido más tiránica hacia quienes le tienen un miedo evidente que hacia aquellos que sienten indiferencia por ella".

—Bertrand Russell, *La conquista de la felicidad,* 1930

Presentarse uno mismo de modos que creen una impresión deseada es un delicado acto de equilibrio. La gente quiere parecer capaz, pero también modesta y sincera (Carlston y Shovar, 1983). En la mayoría de las situaciones sociales, la modestia crea una buena impresión y la presunción gratuita crea una mala. De allí el fenómeno de la falsa modestia: a menudo demostramos una menor autoestima de la que sentimos de manera privada (Miller y Schlenker, 1985). Pero cuando hemos tenido un desempeño que obviamente es muy bueno, la falta de sinceridad al fingir que uno no es responsable de ello ("Sí lo hice bien, pero no es la gran cosa"; es decir, un fanfarroneo humilde) tal vez sea evidente. Dar buenas impresiones —parecer modesto, pero competente— demanda habilidad social.

EN RESUMEN: ¿Cómo maneja la gente su autopresentación?

- Como seres sociales, adaptamos nuestras palabras y acciones a nuestro público. En diversos grados, nos percatamos de nuestro desempeño y lo adaptamos para crear las impresiones que deseamos.
- A veces la gente se *autosabotea* con comportamientos contraproducentes que protegen la autoestima al dar excusas para el fracaso.
- La *autopresentación* se refiere a nuestro deseo de presentar una imagen favorable, tanto frente un público externo (otras personas) como frente a un público interno (nosotros mismos). Respecto a un público externo, aquellos con altas puntuaciones en una escala de *autovigilancia* adaptan su comportamiento a cada situación, mientras que las personas con bajas puntuaciones de autovigilancia quizá realicen tan pocas adaptaciones sociales que parecen insensibles.

¿QUÉ SIGNIFICA TENER AUTOCONTROL?

Comprenda el *autocontrol* a través de examinar al yo en acción.

La capacidad del yo para la acción tiene límites, indican Roy Baumeister y colaboradores (1998, 2000; Baumeister y Tierney, 2011; Muraven et al., 1998). Considere lo siguiente:

- Las personas que ejercen autocontrol, obligándose a comer rábanos en lugar de chocolates o suprimiendo pensamientos prohibidos, se dan por vencidas más pronto cuando se les presentan acertijos irresolubles.
- Las personas que tratan de controlar sus respuestas emocionales ante una película angustiante exhiben menor vigor físico; por ejemplo, al soltar la empuñadura después de menos tiempo. También se vuelven más agresivas y tienen mayor probabilidad de pelear con sus parejas (DeWall et al., 2007; Finkel y Campbell, 2001).
- Las personas que han ejercido autocontrol en alguna otra cosa también muestran menor control en sus pensamientos y comportamientos sexuales. Cuando se les pide expresar intimidad con su pareja, aquellos con una fuerza de voluntad mermada están en mayor probabilidad de besar apasionadamente a sus parejas e, incluso, a quitarse parte de la ropa justo allí, en el laboratorio (Gaillot y Baumeister, 2007).

Es más probable que las fallas en el autocontrol aparezcan cuando hacemos algo agobiante, difícil o desagradable (como seguramente lo son los acertijos irresolubles). Cuando a la gente se le recompensó por una tarea o se involucró personalmente en ella, su desempeño no se resintió después de ejercer autocontrol (Boksem et al., 2006; Legault et al., 2009). Agotar el autocontrol puede conducir a la gente a dedicar sus recursos limitados a actividades más placenteras o significativas. El agotamiento del autocontrol, que lo lleva a fallar, quizá sea una ocurrencia únicamente occidental: en India, las personas que trabajaron en tareas más extenuantes mostraron después un aumento en el autocontrol, en lugar de la disminución que se encontró en los participantes estadounidenses (Savani y Job, 2017).

El principio del agotamiento del autocontrol también tiene otro lado: de la misma manera en que se puede agotar, también se le puede fortalecer, como ocurre con un músculo (Baumeister y Exline, 2000; Muraven et al., 1999). En un experimento, los estudiantes universitarios aprendieron un programa de habilidades de estudio basadas en la planeación y el autocontrol, como crear un programa y llevar un diario de su tiempo de estudio. Como era de esperarse, estos alumnos estudiaron durante más horas que un grupo control que no aprendió esas habilidades. Pero los estudiantes que aprendieron cómo planear cosecharon los beneficios del aumento en su autocontrol en otras áreas: tuvieron menor probabilidad de fumar o beber alcohol, menor probabilidad de dejar los platos sucios o la ropa sucia tirada por todas partes y mayor probabilidad de comer alimentos más sanos. En otras palabras, la práctica del autocontrol en un área mejoró su autocontrol en general (Oaten y Cheng, 2006). De modo que si quiere aumentar su fuerza de voluntad, no haga una larga lista de propósitos de Año Nuevo e intente realizarlos todos de una vez en enero. Como sugieren las investigaciones, una mejor estrategia es iniciar con un área y luego dejar que el aumento en su autocontrol se difunda en todas las áreas de su vida recién mejorada. Otro consejo: no haga cosas que no debería hacer y así reducirá la posibilidad de verse tentado: no deje las galletas sobre el mostrador de la cocina y mantenga su teléfono fuera de su alcance (Milyavskaya et al., 2015). Como escribieron Roy Baumeister y John Tierney en su libro *Willpower* (*Fuerza de voluntad*): "La mejor manera de reducir el estrés en su vida es dejar de estropearla" (2011, p. 238). Un poco de autocontrol ahora significa que necesitará menos autocontrol más tarde.

Pérdida total de autocontrol.
©Andrew Olney/AGE Fotostock

En uno de los estudios más famosos de la psicología, los niños que pudieron resistirse a comer un malvavisco durante unos cuantos minutos, posteriormente tuvieron más éxito en la escuela y el trabajo (Moffitt et al., 2011). En otros estudios, el autocontrol es

uno de los mejores factores de predicción de las conductas sanas (Raynor y Levine, 2009), de una vida más larga (Friedman et al., 2014) y del buen desempeño laboral (Barrick et al., 2001). De ese modo, aumentar la fortaleza de su autocontrol podría ser una de las mejores formas de mejorar su vida.

EN RESUMEN: ¿Qué significa tener autocontrol?

- El autocontrol es como un músculo: puede agotarse cuando se usa demasiado. La fuerza de voluntad requiere energía.
- Pero el autocontrol puede volverse más fuerte si se ejercita. Mejorar el autocontrol en un área conduce a mejorías en otras.

POSDATA:
Verdades gemelas: los peligros del orgullo y los poderes del pensamiento positivo

Este capítulo le presentó dos verdades memorables: la verdad de la autoeficacia y la verdad del sesgo en beneficio propio. La verdad relativa a la autoeficacia nos alienta a no resignarnos frente a las malas situaciones. Necesitamos persistir a pesar de los fracasos iniciales y ejercer esfuerzo sin distraerse en demasía con las dudas acerca de uno mismo. De la misma forma, la autoestima lograda puede ser adaptativa. Cuando creemos en nuestras posibilidades positivas, somos menos vulnerables a la depresión y nos sentimos menos inseguros.

En consecuencia, es importante pensar positivamente y hacer nuestro mejor intento, pero no confiar tanto en uno mismo como para que nuestras metas sean ilusorias o alejemos a los demás con nuestro narcisismo. Llevar la autoeficacia demasiado lejos conduce a culpar a la víctima: si el pensamiento positivo puede lograrlo todo, entonces somos los únicos culpables si tenemos un matrimonio infeliz, somos pobres o estamos deprimidos. ¡Qué vergüenza! Si solo hubiéramos hecho un mayor esfuerzo, si hubiéramos sido más disciplinados, menos estúpidos. Este punto de vista no reconoce que las cosas malas les pueden pasar a las personas buenas. Los mayores logros en la vida, pero también los mayores fracasos, nacen de las expectativas más altas.

Estas verdades gemelas, la autoeficacia y el sesgo en beneficio propio, nos recuerdan lo que Pascal enseñaba hace 300 años: ninguna verdad por sí misma es suficiente, porque el mundo es complejo. Cualquier verdad, independiente de su verdad complementaria, es una verdad a medias.

Juicios y creencias sociales

CAPÍTULO

3

©PeopleImages/Getty Images

El partidismo tiene un curioso poder. Considere la política estadounidense:

- Entre los demócratas, 85% confía en los medios noticiosos más que en el presidente Trump para informarse sobre la verdad de temas importantes. Pero entre republicanos, solo 13% confía más en los medios noticiosos (Malloy, 2017)
- Cuando un demócrata es presidente, los demás demócratas afirman que no hay nada que el presidente pueda hacer respecto de los precios de la gasolina. Los republicanos dicen lo mismo cuando el presidente es de su mismo partido. Pero cuando el presidente pertenece al partido contrario, las personas de ambos partidos creen que el presidente sí puede afectar los precios de la gasolina (Vedantam, 2012).

El razonamiento motivado, como el agrado o desagrado visceral por ciertos políticos, puede influir mucho en la manera en que interpretamos la evidencia y percibimos la realidad. El partidismo predispone las percepciones, de la misma manera que las percepciones predicen el partidismo. Como indica un antiguo proverbio chino: "Dos tercios de lo que vemos se encuentra tras nuestros ojos".

¿Cómo juzgamos nuestros mundos sociales, tanto consciente como inconscientemente?

¿Cómo percibimos nuestros mundos sociales?

¿Cómo explicamos nuestros mundos sociales?

¿Qué importancia tienen nuestras creencias sociales?

¿Qué podemos concluir acerca de las creencias y juicios sociales?

Posdata: Una reflexión acerca del pensamiento ilusorio

Las respuestas discrepantes de aquellos con creencias distintas, hallazgos que se replican en las percepciones políticas a lo largo y ancho del planeta, ilustran la forma en que construimos las percepciones y creencias sociales mientras

- *juzgamos* eventos, basándonos en reglas implícitas que guían nuestros juicios apresurados, así como en nuestros estados de ánimo;
- *percibimos* y recordamos sucesos a través de los filtros de nuestras propias suposiciones;
- *explicamos* eventos que en ocasiones atribuimos a la situación y en otras a la persona; y
- *esperamos* ciertos eventos, por lo que a veces ayudamos a que sucedan.

El presente capítulo explora la forma en que juzgamos, percibimos y explicamos nuestros mundos sociales y las razones por las que nuestras expectativas importan.

¿CÓMO JUZGAMOS NUESTROS MUNDOS SOCIALES, TANTO CONSCIENTE COMO INCONSCIENTEMENTE?

Comprenda la manera en que los juicios se ven influidos tanto por sistemas inconscientes como conscientes.

Sistema 1
La forma intuitiva, automática, inconsciente y rápida de pensar. También se le conoce como procesamiento automático.

Sistema 2
La forma deliberada, controlada, consciente y más lenta de pensar. También se le conoce como procesamiento controlado.

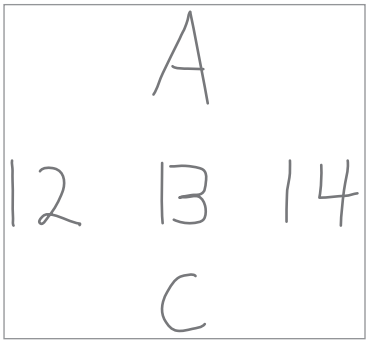
En *Pensar rápido, pensar despacio* (2011), Daniel Kahneman, ganador del premio Nobel, señala que tenemos dos sistemas cerebrales. El **sistema** 1 funciona de manera automática y alejada de nuestra conciencia (a menudo se le denomina "intuición" o "corazonada"), mientras que el **sistema 2** requiere nuestra atención y esfuerzo conscientes. La enorme lección de las investigaciones recientes: es que el sistema 1 influye más en nuestras acciones de lo que creemos.

FACILITACIÓN

facilitación (*priming*)
Activar asociaciones particulares en la memoria.

Las cosas que ni siquiera notamos de manera consciente pueden influir en el modo en que interpretamos y recordamos eventos. Imagine que trae puestos unos audífonos y que se está concentrando en oraciones habladas ambiguas tales como "Acudimos al banco a hacer una donación". Cuando una palabra pertinente (*sangre* o *dinero*) se envía de manera simultánea al otro oído, usted no la escuchará de manera consciente. Sin embargo, esta palabra no escuchada facilita la interpretación de la oración, de manera muy similar a leer los elementos de la figura (izquierda) de arriba abajo o de izquierda a derecha, lo que facilita la interpretación del carácter central (Baars y McGovern, 1994).

Nuestro sistema de memoria es una red de asociaciones y la **preparación** o **facilitación** despierta o activa ciertas asociaciones. Algunos experimentos demuestran que facilitar un pensamiento, incluso sin estar conscientes de ello, puede influir en otro pensamiento o, incluso, en una acción (Herring et al., 2013). John Bargh ha equiparado esta facilitación con campanas que solo los mayordomos mentales (que se encargan de las cosas inconscientes poco importantes) pueden oír (Bargh, 2017). En un sinfín de estudios, los efectos de facilitación suceden incluso cuando los estímulos se presentan de forma subliminal, con demasiada brevedad para que se perciban de manera consciente. El corazón no necesariamente deja de sentir aquello que no ve. Un choque eléctrico demasiado ligero como para sentirse puede aumentar la intensidad percibida de un choque posterior. Si la palabra "pan" se muestra tan rápido que se encuentra justo por debajo de nuestra conciencia activa, usted detectará una palabra relacionada, como "mantequilla" con mucha más velocidad que una palabra sin relación alguna, como "burbuja" (Epley et al., 1999; Merikle et al., 2001). Las personas religiosas a las que se expone de manera subliminal a palabras relacionadas con religión tendrán mayores probabilidades de ayudar a otras (Shariff et al., 2016). En cada



caso, una imagen o palabra invisible facilita una respuesta ante una tarea posterior. En otro experimento, algunos estudiantes tuvieron mayores probabilidades de tambalearse sobre una viga de equilibrio en una habitación en la que había cartelones de cerveza o vodka que ante imágenes de jugo de manzana o naranja (Cox et al., 2014).

Los sucesos que pasan inadvertidos también pueden facilitar nuestros pensamientos y conductas de maneras sutiles. Rob Holland y colaboradores (2005) observaron que algunos estudiantes holandeses que se vieron expuestos al aroma de un limpiador doméstico identificaron palabras relacionadas con la limpieza con mayor velocidad, recordaron más actividades relacionadas con la limpieza al describir su día e incluso mantuvieron sus escritorios más en orden al comer una galleta muy quebradiza. Otro equipo de investigadores holandeses encontró que las personas expuestas al aroma de un producto de limpieza tuvieron menores probabilidades de provocar un desorden (De Lange et al., 2012). Y en un experimento de laboratorio, la exposición a un aroma a pescado ocasionó que las personas sintieran sospechas unas de otras y que cooperaran menos, facilitando ideas relacionadas con tratos dudosos como "malolientes" (Lee y Schwarz, 2012). Todos estos eventos sucedieron sin que los participantes estuvieran conscientes por completo del aroma y de su influencia.

Los experimentos de facilitación tienen sus contrapartes en la vida cotidiana, informa John Bargh (2006):

- Ver una película de miedo a solas en la casa puede activar emociones que, sin que nos demos cuenta, ocasionan que interpretemos los ruidos de una caldera como un posible intruso. Yo [JT] experimenté una versión de esto último: de regreso a mi habitación de Nueva Orleáns después de un "tour de fantasmas" me percaté de una sombra ominosa que no había visto antes. Una inspección adicional arrojó no un fantasma, sino una mesa de noche colocada en un ángulo inusual.
- Los estados de ánimo deprimidos, como explica este capítulo más adelante, facilitan las asociaciones negativas. Pero ponga a las personas de *buen* humor y de inmediato su pasado parece más maravilloso y su futuro más brillante.
- Para muchos alumnos de psicología, leer acerca de trastornos psicológicos facilitan la manera en que interpretan sus propias ansiedades y estados de ánimo tristes. Leer acerca de los síntomas de enfermedades también facilita que los estudiantes de medicina se preocupen acerca de sus congestiones, fiebres o dolores de cabeza.

Algunos estudios sobre a la manera en que las ideas e imágenes implantadas pueden facilitar nuestras interpretaciones y recuerdos ilustran una de las lecciones que pueden derivarse del presente libro: *gran parte de nuestro procesamiento de información social es automático*. Es deliberado, oculto y sucede sin la participación activa de nuestro consciente; depende del sistema 1. Como lo explican John Bargh y Tanya Chartrand (1999): "la mayor parte de la vida cotidiana de una persona se determina no por sus intenciones conscientes y sus elecciones deliberadas, sino por procesos mentales que ponen en juego las características del ambiente y que operan al margen de la conciencia activa y su orientación".

cognición corporizada
La influencia mutua de las sensaciones corporales sobre las preferencias cognitivas y los juicios sociales.

Y, gracias a nuestra **cognición corporizada**, las sensaciones físicas facilitan nuestros juicios sociales y viceversa:

- Después de evaluar a una persona fría, las personas juzgaron que la temperatura de una habitación era más fría que aquellas que evaluaron a una persona cálida (Szymkow et al., 2013; Zhong y Leonardelli, 2008). Las personas que comieron a solas juzgaron que la temperatura de la habitación era más fría que quienes comieron acompañadas (Lee et al., 2014). En términos literales, la exclusión social se siente fría.
- Al sostener una pelota *dura* en lugar de una *suave*, las personas estadounidenses identificaron una misma cara como más republicana que demócrata y más como un físico que como un historiador (Slepian et al., 2012).
- Las personas que experimentan desesperanza perciben que las habitaciones son más oscuras; no parecen percibir "ni un rayo de esperanza" (Dong et al., 2015).
- Si se encuentran sentadas en una silla desequilibrada, las personas valoran las relaciones de otras parejas como más inestables (Kille et al., 2013).

Caminar con alguien más puede conducir a pensar y empatizar juntos.
©McGraw-Hill Education

- La cognición corporizada también puede ser social. Cuando dos personas sincronizan sus cuerpos, como cuando bailan, cantan o caminan juntas, también sincronizan su espíritu. Mientras dos personas que caminan juntas atienden a su ambiente y coordinan sus pasos, la afinidad mutua y la empatía aumentan y hay ocasiones en que pueden resolver sus conflictos (Webb et al., 2017).

El balance final: la cognición social se encuentra corporizada. Los sistemas cerebrales que procesan las sensaciones corporales se comunican con los sistemas cerebrales responsables del pensamiento social.

JUICIOS INTUITIVOS

¿Cuáles son nuestros poderes de intuición de saber algo de manera inmediata sin razonamiento ni análisis? Los defensores del "manejo intuitivo" creen que deberíamos estar al tanto de nuestras corazonadas; utilizar el sistema 1. Al juzgar a otros, dicen, deberíamos conectarnos con la inteligencia no lógica de nuestro hemisferio derecho. Al contratar, despedir e invertir, deberíamos hacerle caso a nuestras premoniciones. Al hacer juicios, deberíamos confiar en nuestra fuerza interna.

¿Tienen razón quienes usan la intuición en cuanto a que la información importante se encuentra de inmediato disponible a distancia de nuestro análisis consciente? ¿O tienen razón los escépticos al decir que la intuición es "nuestro conocimiento correcto, ya sea que lo tengamos o no" y al encontrar que las personas que se autodescriben como intuitivas no son mejores que los demás en las tareas que evalúan la intuición (Leach y Weick, 2018)?

Los poderes de la intuición

"El corazón tiene razones que la razón desconoce", observó el filósofo y matemático del siglo XVII, Blas Pascal. A tres siglos de distancia, la ciencia ha comprobado que Pascal estaba en lo correcto. Sabemos más de lo que creemos saber. Algunos estudios acerca de nuestro procesamiento inconsciente de la información confirman el acceso limitado que tenemos a lo que sucede dentro de nuestra mente (Bargh et al., 2012; Banaji y Greenwald, 2013; Strack y Deutsch, 2004). Nuestro pensamiento es en parte **automático** (impulsivo, carente de esfuerzo e inconsciente: sistema 1) y en parte **controlado** (reflexivo, deliberado y consciente: sistema 2). El pensamiento automático e intuitivo no nos es accesible, sino que ocurre tras bambalinas, de manera oculta, donde la razón no llega. Considere los siguientes ejemplos de pensamiento automático:

procesamiento automático
Pensamiento implícito carente de esfuerzo, habitual y sin conciencia; corresponde más o menos a la intuición. También se le conoce como sistema 1.

procesamiento controlado
Pensamiento explícito, deliberado, reflexivo y consciente. También se le conoce como sistema 2.

- Los *esquemas* son conceptos o patrones mentales que orientan de manera intuitiva nuestras percepciones e interpretaciones. El que escuchemos hablar acerca de que alguien va a parir o a París dependerá de la manera en que interpretemos el sonido de manera automática.
- Las *reacciones emocionales* suelen ser casi instantáneas y suceden antes de que haya tiempo de un pensamiento deliberado. Un atajo neural lleva información del ojo o del oído a la central sensorial del cerebro (el tálamo) y hacia su centro de detección de amenazas (la amígdala) antes de que la corteza pensante tenga cualquier oportunidad de intervenir (LeDoux, 2002, 2014). Nuestros ancestros que por instinto temían cualquier sonido proveniente de los arbustos por lo general no tenían nada que temer. Pero cuando tenían la razón y el sonido era ocasionado por un depredador peligroso, tenían mayores probabilidades de sobrevivir para transmitir sus genes a nosotros.
- Dada la suficiente *pericia*, es posible que las personas sepan la respuesta a un problema de manera intuitiva. Muchas habilidades, desde tocar el piano hasta usar un palo de golf, comienzan como un proceso controlado y deliberado que poco a poco se vuelve automático e intuitivo (Kruglanski y Gigerenzer, 2011). Los maestros de ajedrez reconocen por intuición patrones significativos que los novatos no toman en cuenta para hacer su siguiente jugada con solo un vistazo al tablero porque la situación despierta señales de información almacenadas en su memoria. De manera similar, sin saber bien cómo, reconocemos la voz de nuestros amigos después de escuchar la primera palabra de una conversación telefónica.
- Al echar una mirada brevísima a alguien, incluso de una fracción de segundo a sus fotografías, los *juicios apresurados* de las personas funcionan por encima del azar al adivinar si alguien es extravertido o tímido, heterosexual o gay (Rule, 2014).

Hay algunas cosas, datos, nombres, experiencias pasadas, que recordamos de manera explícita (consciente) por medio del uso del sistema 2. Pero existen otras, habilidades o disposiciones condicionadas, que recordamos de forma *implícita* a través del sistema 1 sin que declaremos o sepamos de manera consciente que las sabemos. Es algo que sucede en todos nosotros, pero que es más evidente en personas con daño cerebral que no tienen la capacidad de formar nuevos recuerdos explícitos. Una de estas personas no lograba reconocer a su médico, quien necesitaba presentarse con ella a diario. Un día, el médico colocó una tachuela en su mano, ocasionando que la paciente brincara de dolor cuando se dieron la mano. A la siguiente ocasión en que la visitó el médico, todavía no pudo reconocerlo de manera explícita pero, debido a su memoria implícita, se negó a darle la mano.

Igual de llamativos son los casos de *visión ciega*. Después de perder una porción de su corteza visual por cirugía o por un accidente cerebrovascular, hay personas que pueden ser ciegas en una parte de su campo visual. Al mostrarles una serie de varas en el campo ciego, informan que no ven nada. Después de pedirles que adivinen si las varas estaban horizontales o verticales, los pacientes quedan sorprendidos cuando se les dice "Estuviste en lo correcto". Al igual que la paciente que "recordó" el saludo doloroso, estas personas saben más de lo que saben que saben.

Considere su propia capacidad subestimada de reconocer una cara. Al mirarla, su cerebro divide la información visual en dimensiones secundarias, como color, profundidad, movimiento y forma, y trabaja en cada uno de estos aspectos de manera simultánea antes de reconstruir los componentes. Por último, a través del procesamiento automático, su cerebro compara la imagen percibida con imágenes almacenadas con anterioridad. ¡Listo! De manera instantánea y sin esfuerzo alguno, usted reconoce a su abuela. Si la intuición es saber algo sin un análisis razonado, entonces la percepción es intuición por excelencia.

Así pues, muchas funciones cognitivas habituales suceden de manera automática, involuntaria e inconsciente. Podemos recordar la forma en que el procesamiento automático nos ayuda a manejar nuestras vidas si pensamos que la mente funciona como una gran corporación. El director ejecutivo (nuestra conciencia controlada) atiende muchos de los asuntos más importantes, complejos y novedosos, mientras que los subordinados se enfrentan con los asuntos y cuestiones de rutina que requieren una acción inmediata. Al igual que un director ejecutivo, la conciencia establece metas y prioridades, a menudo con poco conocimiento de las actividades operativas de departamentos subyacentes. Esta delegación de recursos nos permite reaccionar ante muchas situaciones de manera rápida y fácil. En resumen: nuestro cerebro sabe mucho más de lo que nos informa.

Los límites de la intuición

Ya hemos visto cómo el pensamiento automático e intuitivo nos puede "hacer inteligentes" (Gigerenzer, 2007, 2010). No obstante, Elizabeth Loftus y Mark Klinger (1992) se expresaron en nombre de otros científicos cognitivos y expresaron sus dudas acerca de la brillantez de la intuición. Informaron que había "un consenso general en cuanto a que el inconsciente podía no ser tan inteligente como se creía con anterioridad". Por ejemplo, aunque los estímulos subliminales pueden despertar una respuesta débil y efímera —suficiente para evocar un sentimiento, si es que no despiertan la conciencia activa— no existe evidencia alguna que señale (por ejemplo) que las grabaciones de audio subliminales puedan "reprogramar la mente inconsciente" para lograr el éxito. De hecho, una cantidad considerable de evidencia indica que esto no es posible (Greenwald, 1992).

Los psicólogos sociales han explorado no solo nuestros juicios retrospectivos tendientes al error, sino también nuestra capacidad de ilusión, como malas interpretaciones perceptuales, fantasías y creencias construidas. Michael Gazzaniga (1992, 1998, 2008) informa que aquellos pacientes en los que se han separado por medios quirúrgicos los dos hemisferios cerebrales, de inmediato elaborarán, y creerán, explicaciones que den cuenta de sus propios comportamientos extraños. Si el paciente se levanta y da algunos pasos después de que el experimentador le mostró la instrucción "camina" a su hemisferio derecho no verbal, el hemisferio izquierdo verbal de inmediato le dará al paciente una explicación factible ("Lo que pasa es que quise levantarme para tomar algo de agua").

La intuición ilusoria también aparece en la forma en que adquirimos, almacenamos y recuperamos la información social. De la misma manera en que los investigadores de la percepción estudian las ilusiones visuales por lo que revelan acerca de nuestros mecanismos perceptuales normales, los psicólogos sociales estudian el pensamiento ilusorio por lo que revela acerca del

procesamiento normal de la información. Estos investigadores quieren darnos un mapa del pensamiento social cotidiano donde aparezcan indicados los peligros con claridad.

Mientras examinamos estos patrones eficientes de pensamiento, recuerde lo siguiente: demostrar la manera en que las personas establecen creencias falsas no prueba que todas las creencias sean falsas (aunque para reconocer una falsificación resulta de provecho saber cómo es que se lleva a cabo).

EXCESO DE CONFIANZA

Hasta el momento, hemos visto que nuestros sistemas cognitivos procesan enormes cantidades de información de manera eficiente y automática. Pero esta eficiencia tiene una desventaja; al interpretar nuestras experiencias y construir recuerdos, hay veces en que nuestras intuiciones automáticas de sistema 1 son incorrectas. Por lo general, no nos percatamos de nuestros errores; en otras palabras, mostramos un **exceso de confianza**.

fenómeno de exceso de confianza
Tendencia a tener más confianza que precisión; a sobreestimar la precisión de las propias creencias.

Daniel Kahneman y Amos Tversky (1979) les comunicaron afirmaciones basadas en hechos a diferentes personas y les pidieron que llenaran los espacios, como en la siguiente oración: "Me siento 98% seguro de que la distancia aérea entre Nueva Delhi y Beijing es de más de _____ kilómetros, pero de menos de _____ kilómetros". La mayoría de las personas exhibía un exceso de confianza: en cerca de 30% de las ocasiones, las respuestas correctas estaban fuera del rango del que estaban 98% seguros. Incluso cuando a los participantes se les ofrecían boletos de lotería si daban una respuesta correcta, seguían exhibiendo un exceso de confianza e identificaban un rango demasiado estrecho (también conocido como precisión excesiva). "Las consecuencias de la precisión excesiva son considerables" señalan Albert Mannes y Don Moore (2013, p. 1196). "Es frecuente que las personas no se dejen un margen suficiente; llegan tarde, pierden vuelos [o] rebotan cheques". Al pensar que sabemos con precisión cómo sucederán las cosas, es muy frecuente que calculemos mal.

De manera irónica, la *incompetencia alimenta el exceso de confianza*. Se necesita competencia para reconocer la competencia, señalaron Justin Kruger y David Dunning (1999). Los estudiantes que obtuvieron puntuaciones más bajas en pruebas de gramática, teoría del humorismo y lógica son los más propensos a sobreestimar sus capacidades. Aquellos que no saben lo que es la buena lógica o la buena gramática, a menudo no se percatan de que carecen de ella. Si usted hace una lista de todas las palabras que puede formar a partir de las letras de la palabra "psicología" quizá se sienta brillante; pero de inmediato se sentirá como un tonto cuando algún amigo le empiece a señalar todas las palabras que le faltaron. Deanna Caputo y David Dunning (2005) recrearon este fenómeno en experimentos y confirmaron que nuestra ignorancia de nuestra ignorancia sostiene nuestra confianza en nosotros mismos. Estudios de seguimiento encontraron que esta "ignorancia de nuestra propia incompetencia" sucede casi siempre en tareas de aspecto fácil. En tareas más difíciles, las personas que tienen un desempeño deficiente entienden su falta de habilidad con mayor frecuencia (Burson et al., 2006).

La distancia aérea entre Nueva Delhi y Beijing es de 4 024 kilómetros.

Los peligros del exceso de confianza. Antes de que la explosión de su plataforma de perforación arrojara toneladas de crudo en el Golfo de México, BP desestimó las preocupaciones relacionadas con la seguridad y después confió demasiado en que la fuga sería mínima (Mohr et al., 2010; Urbina, 2010).
©U.S. Coast Guard/Getty Images

En septiembre, Robert Vallone y colaboradores (1990) les pidieron a estudiantes universitarios que predijeran si habrían de abandonar un curso, terminar una carrera, qué elegirían cuando estuvieran fuera del campus el año siguiente, etc. Aunque los estudiantes, en promedio, se sintieron 84% seguros respecto a estas predicciones, estuvieron errados casi el doble de lo que esperaban. Incluso cuando se sintieron 100% seguros de sus predicciones, solo estuvieron en lo correcto 85% de las veces. La ignorancia de la propia incompetencia ayuda a explicar la sorprendente conclusión de David Dunning en sus estudios de evaluación de empleados en cuanto a que "lo que los demás ven en nosotros... suele correlacionarse más con nuestros logros objetivos que con lo que nosotros percibimos de nosotros mismos". Si la ignorancia puede generar la falsa confianza, entonces, ¡caramba!, ¿en qué aspectos, podríamos preguntar, somos inconscientemente deficientes usted y yo?

Un caso podría referirse a nuestras opiniones acerca de políticas públicas, donde es frecuente que las personas tengan opiniones simplistas y polarizadas. Pídales a las personas que le den una explicación detallada de la manera en que funcionan las sanciones en contra de Irán o de derechos de emisión por protección climática y es posible que titubeen. Descubrir lo poco que saben puede moderar sus opiniones (Fernbach et al., 2013).

Al calcular sus oportunidades de éxito en una tarea, como un examen importante, la confianza de la gente está a su máximo nivel cuando el momento de la verdad se encuentra a distancia en el futuro; pero para el día mismo del examen, la posibilidad de fracasar se vuelve más alta y es común que la confianza decaiga (Gilovich et al., 1993; Shepperd et al., 2005). Los estudiantes no están solos:

- *Confianza excesiva* de los corredores de bolsa. Algunas carpetas de fondos de inversión seleccionadas por analistas de inversiones tienen un desempeño muy parecido al de acciones seleccionadas al azar (Malkiel, 2016). Es posible que los analistas crean que pueden elegir las mejores acciones, pero también lo puede hacer el resto del mundo: las acciones son una estafa. Y peor aún, las personas demasiado confiadas invierten más y más dinero incluso cuando las cosas no marchan bien y se empecinan después en declarar sus decisiones de manera pública (Ronay et al., 2017).
- *Confianza excesiva en política*. Los que toman decisiones con exceso de confianza pueden provocar el caos. Fue un confiado Adolfo Hitler quien de 1939 a 1945 le hizo la guerra al resto de Europa. Fue un confiado Lyndon Johnson quien, en la década de 1960, invirtió dinero y tropas estadounidenses en el esfuerzo por salvaguardar la democracia en Vietnam del Sur. Fue un confiado George W. Bush quien afirmó que Irak tenía armas de destrucción masiva en 2003, aunque jamás se encontraron.
- *Confianza excesiva de los estudiantes*. En una investigación, algunos estudiantes que habían memorizado términos de psicología para una prueba predijeron la calificación que esperaban recibir. Los estudiantes demasiado confiados, aquellos que pensaban que tendrían un desempeño mejor del que lograron, obtuvieron las peores calificaciones, sobre todo porque dejaron de estudiar (Dunlosky y Rawson, 2012).

El hombre sabio conoce sus debilidades demasiado bien como para suponerse infalible; y aquel que más sabe, sabe ante todo lo poco que sabe.

—Thomas Jefferson, *Escritos,* 1853

¿Cuál es la razón por la que persiste el exceso de confianza? Quizá porque nos agradan las personas confiadas: en experimentos, los miembros de grupos recompensaban a los individuos más confiados con un estatus superior; incluso cuando su confianza no estaba justificada por capacidades reales. Los individuos con un exceso de confianza hablaban primero, por mayor tiempo y utilizaban un tono más objetivo, lo que hacía que parecieran más competentes de lo que eran en realidad (Anderson et al., 2012). Incluso cuando los grupos trabajaron juntos en repetidas ocasiones y se dieron cuenta de que los individuos confiados en exceso no eran tan capaces como se presentaban a sí mismos, los miembros del grupo siguieron otorgándoles ese mismo estatus (Kennedy et al., 2013). Las personas confiadas en exceso se perciben más deseables como parejas amorosas que aquellas que no tienen el mismo nivel de confianza (Murphy et al., 2015). Si la confianza, pero no la capacidad, ayuda a las personas a convertirse en líderes y a atraer parejas, el exceso generalizado de confianza parece menos sorprendente, pero quizá más inquietante.

En relación con la bomba atómica: "Es la máxima estupidez que jamás hayamos hecho. Esa bomba jamás explotará y lo digo como experto en explosivos.

—Almirante William Leahy al Presidente Truman, 1945

Cuando se sabe una cosa, afirmar que se sabe; y cuando no se sabe una cosa, admitir que no se sabe; ése es el conocimiento.

—Confucio, *Analectas*

Sesgo de confirmación

Las personas también tienden a no buscar información que pudiera contradecir aquello en lo que creen. Estamos ansiosos por verificar nuestras creencias, pero menos inclinados a buscar evidencia que pueda rebatirlas, un fenómeno que se denomina **sesgo de confirmación**. Por ejemplo, los opositores del matrimonio entre personas del mismo sexo sacrificaron la oportunidad para ganar dinero a fin de evitar oír a las personas con el punto de vista contrario, como también sucedió en el caso de quienes apoyaban ese tipo de matrimonio. En relación con una variedad de temas políticos y sociales, tanto liberales como conservadores prefirieron no averiguar más acerca de los argumentos de sus oponentes (Frimer et al., 2017). Así, es frecuente que las personas elijan sus fuentes noticiosas y amigos de Facebook para que coincidan con sus creencias, un fenómeno que se conoce como "cámaras de eco ideológicas" (Del Vicario et al., 2017).

sesgo de confirmación
Tendencia a buscar información que confirme las propias preconcepciones.

Al parecer, el sesgo de confirmación es un juicio apresurado del sistema 1, donde nuestra reacción predeterminada es buscar información acorde con nuestras presuposiciones. Detenernos y pensar un poco, haciendo uso del sistema 2, hace menos probable que cometamos este error. Por

ejemplo, Ivan Hernandez y Jesse Lee Preston (2013) hicieron que un grupo de estudiantes universitarios leyera un artículo que argumentaba a favor de la pena de muerte. Aquellos que leyeron el artículo escrito en una fuente oscura estándar no cambiaron sus opiniones; pero cuando leyeron las palabras en una fuente color gris claro y en cursivas, hubo más personas que cambiaron de parecer, quizá debido a que esforzarse para leer las palabras demoró la velocidad de pensamiento de los participantes lo suficiente como para que consideraran ambas posturas. La contemplación reduce la confirmación.

El sesgo de confirmación ayuda a explicar la razón por la que nuestra autoimagen es tan estable. En una serie de experimentos en la Universidad de Texas en Austin, William Swann y colaboradores (1981; Swann et al., 1992a, 1992b, 2007) descubrieron que los estudiantes buscaban, evocaban y recordaban la realimentación que confirmaba sus creencias acerca de sí mismos. Las personas buscan como amigos y cónyuges a aquellas personas que refuerzan sus perspectivas propias; incluso si piensan mal de sí mismas (Swann et al., 1991, 2003).

Swann y Read (1981) compararon esta *autoverificación* con la forma en que una persona dominante podría comportarse en una fiesta. Al llegar, busca a aquellos que sabe que reconocerán su dominio. Al conversar, presenta sus puntos de vista para obtener el respeto que espera. Después de la fiesta, le cuesta trabajo recordar las conversaciones en las que su influencia fue mínima y recuerda con mayor facilidad su capacidad de persuasión en las conversaciones que dominó. Así, su experiencia durante la fiesta confirma su autoimagen.

Remedios para el exceso de confianza

¿Qué lecciones podemos obtener de las investigaciones relacionadas con el exceso de confianza? Una lección es que debemos dudar de las afirmaciones dogmáticas de las personas. Incluso cuando las personas están seguras de que tienen la razón, es posible que no la tengan. La confianza y la competencia no siempre coinciden.

Existen dos técnicas que han reducido el sesgo de confianza excesiva de manera exitosa. Una es la *realimentación inmediata* (Koriat et al., 1980). En la vida cotidiana, quienes predicen el clima y quienes establecen los momios en las carreras de caballos reciben realimentación contundente a diario. Quizá a causa de esto, los expertos en ambos grupos tienen un buen desempeño cuando calculan su propia precisión (Fischhoff, 1982).

Cuando las personas piensan acerca de las razones por las que una idea *podría* ser cierta, empieza a parecer cierta (Koehler, 1991). Por ende, una segunda forma de reducir el exceso de confianza es hacer que las personas piensen en una buena razón *por la que* sus argumentos *podrían estar errados*: es decir, obligarlos a tomar en cuenta la información que los contradiga (Koriat et al., 1980). Los gerentes podrían fomentar juicios más realistas si insistieran en que toda propuesta y recomendación incluyera razones por las que podría *no* funcionar.

Aun así, debemos tener cuidado de no debilitar la confianza razonable de las personas ni destruir su firmeza. En tiempos en que se necesita sabiduría, aquellos que carecen de confianza pueden no atreverse a hablar o a tomar decisiones difíciles. La confianza excesiva puede costarnos, pero la confianza realista es adaptativa.

HEURÍSTICA: ATAJOS MENTALES

Con tan poco tiempo para procesar tanta información, nuestro sistema cognitivo es veloz y económico. Se especializa en atajos mentales. Con impactante facilidad, formamos impresiones, hacemos juicios e inventamos explicaciones. Lo hacemos por medio de la heurística: una serie de estrategias sencillas y eficientes de pensamiento. La **heurística** nos permite tomar decisiones de rutina con un mínimo de esfuerzo (Shah y Oppenheimer, 2008). En la mayoría de las situaciones, nuestras generalizaciones apresuradas de sistema 1: "¡Eso es peligroso!, son adaptativas. La velocidad de estas pautas intuitivas promueve nuestra supervivencia. El propósito biológico de pensar no es que tengamos la razón: es mantenernos con vida. No obstante, en algunas situaciones, esta premura deriva en errores.

heurística
Estrategia de pensamiento que nos permite hacer juicios rápidos y eficientes.

La heurística de la representatividad

A algunos estudiantes de la Universidad de Oregón se les dijo que un grupo de psicólogos había entrevistado a 30 ingenieros y 70 abogados y que habían resumido sus impresiones en descripciones condensadas. La siguiente descripción, se les dijo, se había tomado de forma aleatoria de la muestra de 30 ingenieros y 70 abogados:

Divorciado ya en dos ocasiones, James pasa la mayor parte de su tiempo libre descansando en su club campestre. Las conversaciones que tiene en el bar de su club a menudo se centran en torno a lo arrepentido que está de haber tratado de seguir los pasos de su estimado padre. Las largas horas que invirtió en el monótono trabajo académico hubieran estado mejor invertidas en aprender a ser menos agresivo en sus relaciones con otras personas.

Pregunta: ¿Qué probabilidades hay de que James sea un abogado y no un ingeniero?

Al pedirles que adivinaran la ocupación de James, más de 80% de los estudiantes supusieron que era un abogado (Fischhoff y Bar-Hillel, 1984). Muy bien. Pero, ¿cómo supone usted que esos cálculos cambiaron cuando la descripción de muestra se dio a otro grupo de estudiantes a los que se les dijo que consistía en un 70% de ingenieros? No cambió en lo absoluto. Los estudiantes no tomaron en cuenta la tasa base de ingenieros (70%) contra abogados (30%); en sus mentes, James era más *representativo* de los abogados y eso fue todo lo que pareció importarles. O considere a John, un hombre blanco de 23 años de edad que es ateo y abusa de las drogas. ¿Qué tipo de música le gusta? La mayoría de las personas supuso que el *heavy metal*, aun cuando los fanáticos del rock pesado son una muy pequeña minoría de la población (Lonsdale y North, 2012).

Juzgar algo comparándolo de manera intuitiva con nuestras representaciones mentales de una categoría es utilizar la **heurística de la representatividad**. La representatividad (lo típico) muchas veces refleja la realidad. Pero, como vimos con el caso de James, no siempre es así. Considere a Linda, que tiene 31 años de edad, es soltera, honesta y muy inteligente. Estudió filosofía en la universidad. Durante sus años universitarios se sentía muy preocupada por la discriminación y otros temas sociales, y participó en manifestaciones antinucleares. Con base en esta descripción, usted diría que es más probable que

heurística de la representatividad
Tendencia a suponer, en ocasiones a pesar de probabilidades en contra, que alguien o algo pertenece a un grupo en particular si se asemeja (representa) a un miembro típico.

a. Linda sea cajera en un banco.
b. Linda sea cajera y activista del movimiento feminista.

La mayoría de la gente elige *b*, en parte porque Linda *representa* la imagen de una feminista de mejor manera (Mellers et al., 2001). Pero pregúntese: ¿hay más probabilidades de que Linda sea tanto cajera como feminista que el que sea solo cajera (sin importar que sea o no feminista)? Como nos lo recuerdan Amos Tversky y Daniel Kahneman (1983), la conjunción de ambos eventos no puede ser más probable que cualquiera de los eventos por sí solos.

La heurística de la disponibilidad

Considere lo siguiente: ¿hay más personas que viven en Irak o en Tanzania?

Quizá respondió según la facilidad con la que le vienen a la mente los iraquíes o los tanzanos. Si hay ejemplos *disponibles* en nuestra memoria, como tienden a serlo los iraquíes, supondremos que otros ejemplos del mismo tipo son comunes. Esto suele ser cierto, de modo que es frecuente que nos convenga utilizar esta regla cognitiva que se denomina **heurística de la disponibilidad** (**cuadro 3.1**). Dicho en términos sencillos, mientras más fácil nos es recordar algo, más probable parece (Respuesta: *los 56 millones de pobladores de Tanzania son más que los 37 millones de pobladores de Irak. La mayoría de las personas, al tener imágenes más vivas de los iraquíes, suponen de manera incorrecta*).

heurística de la disponibilidad
Regla cognitiva que juzga la probabilidad de las cosas en términos de su disponibilidad en la memoria. Si los ejemplos de algo vienen a nuestra mente con facilidad, suponemos que son comunes.

Si la gente escucha una lista de personas famosas de un mismo sexo (Oprah Winfrey, Lady Gaga y Hillary Clinton) entremezclada con una lista del mismo tamaño de personas comunes y corrientes del sexo opuesto (Donald Scarr, William Wood y Mel Jasper), los nombres famosos estarán más disponibles en adelante y las personas creerán que escucharon más nombres de mujeres (McKelvie, 1995, 1997; Tversky y Kahneman, 1973). De igual manera, la atención de los medios hace que las personas gay y lesbianas se encuentren más cognitivamente disponibles en la mente. Así, una encuesta de Gallup, arrojó que el adulto estadounidense promedio en 2015 estimó que 23% de los estadounidenses eran gay o lesbianas (Newport, 2015); más de cinco veces por encima del número de personas que se identifican a sí mismas como gay, lesbianas o bisexuales en las encuestas (4.1% [Gates, 2017]).

¿Linda es cajera en un banco o cajera y feminista?
©Image Source

Intente ordenar estas cuatro ciudades según sus índices de delincuencia: Atlanta, Los Ángeles, Nueva York, San Luis. Si, con las imágenes disponibles de los programas policiacos televisivos en mente, usted pensó

CUADRO 3.1 Heurísticas rápidas y económicas

Heurística	Definición	Ejemplo	Pero puede conducir a
Representatividad	Juicios apresurados sobre si alguien o algo se ajusta a una categoría	Decidir si Marie es bibliotecaria en lugar de camionera porque representa mejor la imagen que tenemos de las bibliotecarias	Descartar información adicional importante
Disponibilidad	Juicios rápidos de la probabilidad de ocurrencia de eventos (qué tan disponibles se encuentran en la memoria)	Calcular la violencia adolescente después de un tiroteo escolar	Otorgar un peso excesivo a los casos intensos con lo que, por ejemplo, le tenemos miedo a las cosas incorrectas

"La mayoría de las personas razona de manera dramática, no de manera cuantitativa".

—Jurista Oliver Wendell Holmes, Jr. (1841–1935)

que Nueva York y Los Ángeles tienen un mayor índice de criminalidad, piense de nuevo: tienen cerca de un tercio de la tasa de delitos violentos de Atlanta y San Luis (FBI, 2017).

El uso que hacemos de la heurística de la disponibilidad destaca un principio básico del pensamiento social: la gente es lenta para deducir casos particulares a partir de una verdad general, pero veloz al inferir verdades generales a partir de un caso vívido. No es de sorprender que después de escuchar y leer historias de violaciones, robos y golpizas, nueve de cada diez canadienses sobreestimaron, por un margen considerable, el porcentaje de delitos que involucran violencia (Doob y Roberts, 1988). Tampoco es sorpresa que los sudafricanos, después de una serie de robos y asesinatos de pandillas que acapararon los titulares calcularan que los delitos violentos casi se habían duplicado entre 1998 y 2004, cuando, en realidad, habían disminuido de manera importante (Wines, 2005). Y de ninguna manera es raro que la mesera que me sirvió el desayuno en un hotel para pasajeros aéreos que se quedaron en espera de un vuelo me dijera [DM] que, después de oír tantas narraciones intensas acerca de vuelos demorados por problemas de clima y mecánicos, había decidido que *jamás* tomaría un vuelo.

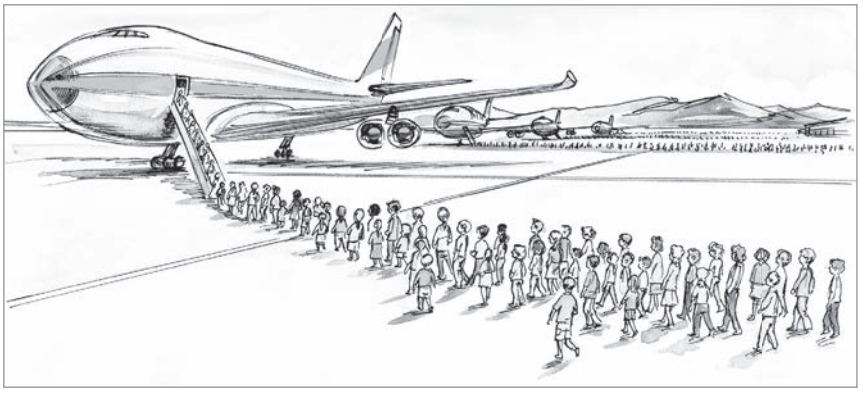
La heurística de la disponibilidad explica por qué los eventos impresionantes y fáciles de recordar, como los ataques de tiburones o las enfermedades con síntomas fáciles de imaginar, nos parecen más probables que los eventos que nos cuesta más trabajo imaginar (MacLeod y Campbell, 1992; Sherman et al., 1985). Así también, las anécdotas sobresalientes pueden ser más convincentes que la información estadística. Nos inquietamos terriblemente ante los casos inusuales de secuestro infantil, pero no siempre les ponemos los cinturones de seguridad del auto a nuestros hijos. Nos horroriza el terrorismo pero somos indiferentes al cambio climático global: el "Armagedón en cámara lenta". Después del tsunami y la catástrofe nuclear de Japón del 2011, le tememos a la energía nuclear y casi no nos preocupamos del número mucho más elevado de muertes relacionadas con la extracción y uso del carbón (Von Hippel, 2011). En pocas palabras, nos preocupamos de posibilidades remotas al tiempo que ignoramos probabilidades elevadas, un fenómeno que los científicos sociales denominan "descuido de la probabilidad".

©Dave Coverly/Speedbump.com

Debido a que los videos noticiosos de accidentes aéreos son un recuerdo disponible con facilidad para la mayoría de nosotros, es frecuente que supongamos que nos encontramos en mayor riesgo cuando viajamos en vuelos aéreos comerciales que en automóviles. En realidad, desde el 2010 y hasta el 2014, los viajeros estadounidenses tuvieron 2 000 veces más probabilidades de morir en un accidente automovilístico que en un viaje aéreo que cubriera la misma distancia (National Safety Council, 2017). En 2017 no hubo accidentes mortales de aeronaves comerciales en ningún lugar del mundo (BBC, 2018). Para la mayoría de viajeros aéreos, la parte más peligrosa de su travesía es el viaje en coche al aeropuerto.

Poco después del 11 de septiembre, cuando muchas personas dejaron de viajar en avión y empezaron a trasladarse en las carreteras, calculé [DM] que

si los estadounidenses volaban 20% menos y en lugar de ello conducían la mitad de esa distancia no transitada por aire, podíamos esperar 800 muertes adicionales en carreteras en el año por venir (Myers, 2001). Un curioso investigador alemán verificó dicha predicción contra los datos de accidentes, que confirmaron más de 1 595 muertes en accidentes automotrices en el año siguiente (Gigerenzer, 2004). Los terroristas del 11 de septiembre parecen haber matado seis veces más personas de manera inadvertida, en las carreteras de Estados Unidos, que las 265 víctimas de las cuatro aeronaves.



Los sucesos intensos y memorables, y, por ende, más disponibles en términos cognitivos, influyen en nuestra percepción del mundo social. El resultante descuido de la probabilidad a menudo conduce a las personas a temer a las cosas incorrectas, como a volar o al terrorismo más que a fumar, a conducir o al cambio climático. Si cada día se estrellaran cuatro aviones jumbo llenos de niños, lo que provocaría casi el mismo número de muertes infantiles provocadas por diarreas a causa de infecciones por rotavirus, ya se habría hecho algo al respecto.

La heurística de la disponibilidad también nos puede hacer más sensibles a la injusticia, ya que nuestras dificultades son más fáciles de recordar que nuestras ventajas. Tanto demócratas como republicanos creen que el mapa electoral de Estados Unidos opera en contra de su partido. Los estudiantes creen que sus padres les exigieron más a ellos que a sus hermanos. Y los académicos sienten que tienen mayores dificultades con los responsables de revisar artículos para revistas que el promedio (Davidai y Gilovich, 2016).

Para este momento resulta evidente que nuestras ingenuas intuiciones estadísticas, así como nuestros temores resultantes, se ven motivados no por el cálculo y la razón, sino por las emociones afines a la heurística de la disponibilidad. Después de la publicación de la presente obra, es probable que suceda algún otro suceso natural o terrorista trágico que vuelva a dirigir nuestros temores, atención y recursos en una nueva dirección. Es posible que los terroristas, auxiliados por los medios, vuelvan a lograr su objetivo de captar nuestra atención, agotar nuestros recursos y distraernos de los riesgos triviales, cotidianos e insidiosos que, al paso del tiempo, destruyen vidas, como el rotavirus (intestinal) que a diario acaba con la vida del equivalente a cuatro aeronaves 747 atestadas de niños (Parashar et al., 2006). Pero, al final de cuentas, los sucesos trágicos también pueden servir para alertarnos de peligros reales. Eso, según dicen algunos científicos, es lo que sucede cuando acontecimientos de gran magnitud nos recuerdan que el cambio climático global, al elevar los niveles del mar y otros desastres, se puede convertir en el arma de destrucción masiva propia de la naturaleza. A los australianos y estadounidenses, un día caluroso puede facilitarles creer más en el calentamiento global (Li et al., 2011). Incluso sentirse acaloradas en una *habitación* aumenta la creencia de las personas en el calentamiento global (Risen y Critcher, 2011).

”Los testimonios pueden ser más convincentes que montañas de datos y cifras (como demuestran con tanta contundencia las montañas de datos y cifras de la psicología social)”.

—Mark Snyder (1988)

PENSAMIENTO CONTRAFÁCTICO

Los eventos que se encuentran disponibles con facilidad también influyen en nuestras experiencias de culpa, consternación, frustración y alivio. Si nuestro equipo pierde (o gana) un juego importante por un solo punto, nos es fácil imaginar el desenlace contrario, por lo que sentimos desazón (o alivio). Imaginar alternativas peores hace que nos sintamos mejor. Cuando la esquiadora Lindsay Vonn perdió la Copa Mundial en la competencia de slalom por solo 0.03 segundos, se sintió feliz por su contendiente pero señaló: “Hubiera preferido que me ganara por un segundo completo”. Imaginar mejores alternativas, y reflexionar acerca de lo que podríamos hacer de manera diferente en la siguiente oportunidad, nos ayuda a prepararnos para tener un mejor desempeño a futuro (Epstude y Roese, 2008; Scholl y Sassenberg, 2014).

En las competencias olímpicas, las emociones de los atletas después de un evento reflejan sobre todo la manera en que se desempeñaron según sus expectativas, pero también su **pensamiento contrafáctico**: su *simulación mental de cómo pudieron ser las cosas* (McGraw et al., 2005; Medvec et al., 1995). Los medallistas de bronce (para quienes la alternativa más fácil de imaginar es que llegaron en cuarto logar y no obtuvieron una medalla) exhiben más felicidad que los que ganan la presea de plata (quienes pueden imaginarse con más facilidad haber ganado el oro). En el podio de las medallas, la felicidad se reduce a 1-3-2. De manera similar, mientras más alta la calificación de los alumnos

pensamiento contrafáctico
Imaginar situaciones y desenlaces alternativos que pudieron haber sucedido, pero que no sucedieron.

dentro de una categoría (como B+), *peor* se sienten (Medvec y Savitsky, 1997). El alumno que no recibe una calificación de A− por un solo punto se siente peor que el alumno que recibe una B+ al que le fue más mal y que apenas alcanzó su calificación por un punto. En los juegos deportivos o en los concursos de televisión, fracasar por poco es muy angustiante, sobre todo cerca del final de la competencia, cuando hay pocas oportunidades de un éxito a futuro (Covey y Zhang, 2014).

Este tipo de pensamiento contrafáctico (imaginar lo que pudo haber sido) sucede cuando nos es fácil imaginarnos un desenlace alternativo (Kahneman y Miller, 1986; Markman y McMullen, 2003; Petrocelli et al., 2011):

- Si perdemos un vuelo o un autobús por poco, nos imaginamos llegando a tiempo *si tan solo* hubiéramos salido a nuestra hora habitual o no nos hubiéramos detenido a platicar. Si perdemos la conexión por media hora o después de haber tomado la ruta de siempre, es más difícil simular un desenlace distinto, de modo que nos sentimos menos frustrados.
- Si cambiamos una respuesta en un examen y después resulta que es incorrecta, de manera inevitable pensaremos "si tan solo..." y nos prometeremos confiar en nuestra intuición inmediata para la siguiente ocasión aunque, a diferencia del mito estudiantil, es más frecuente que los cambios de respuesta vayan de incorrectos a correctos (Kruger et al., 2005).
- Los estudiantes que eligen una carrera universitaria pero que después piensan en los beneficios de una carrera que no eligieron, se sintieron menos satisfechos con su elección y predijeron que no se desempeñarían tan bien (Leach y Patall, 2013).
- El equipo o candidato político que pierden por poco simularán una y otra vez la forma en que pudieron haber ganado (Sanna et al., 2003).

El pensamiento contrafáctico subyace a nuestros sentimientos de suerte. Cuando escapamos de un evento negativo por poco, evitamos el fracaso con un gol de último minuto o estamos parados a muy poca distancia de un objeto que cae, es fácil que nos imaginemos un evento contrafáctico negativo (perder, recibir el golpe), por lo que nos sentimos afortunados (Teigen et al., 1999). La "mala suerte" tiene que ver con sucesos negativos que ocurrieron pero que pudimos haber evitado con facilidad.

Es mucho más frecuente que las personas se disculpen por sus acciones que por sus inacciones (Zeelenberg et al., 1998).

Mientras más importante e improbable sea el evento, más intenso el pensamiento contrafáctico (Roese y Hur, 1997). Las personas afligidas por la pérdida de un hijo o de su cónyuge en un accidente automovilístico, o de un hijo a causa del síndrome de muerte infantil súbita, por lo común informan la repetición y resolución de los eventos (Davis et al., 1995, 1996). Una de mis amistades [DM] sobrevivió a un choque directo con un conductor intoxicado: en el choque murieron su esposa, su hija y su madre. "Por meses, recordó, le di vuelta y vueltas a los sucesos de ese día dentro de mi cabeza. Reviví ese día una y otra vez, cambiando el orden de los eventos para que el accidente no sucediera" (Sittser, 1994).

correlación ilusoria
Percepciones de una relación donde no existe o percepciones de una relación más fuerte de la que en realidad existe.

No obstante, la mayoría de las personas viven con mayor arrepentimiento por las cosas que *no hicieron* que por aquellas que sí, como en el caso de: "Debí decirle a mi padre que lo amaba antes de su muerte" o "Quisiera haber sido más serio en la universidad" (Gilovich y Medvec, 1994; Rajagopal et al., 2006). En una encuesta con adultos, el arrepentimiento más común fue no haber tomado su educación más en serio (Kinnier y Metha, 1989). ¿Viviríamos con menos arrepentimientos si nos atreviéramos a alejarnos más de nuestra zona de comodidad; a aventurarnos, a arriesgarnos a fracasar, pero al menos a haber intentado las cosas?

Pensamiento contrafáctico. Cuando los concursantes de *El precio es correcto* dan la respuesta incorrecta y no ganan un premio, lo más probable es que experimenten el pensamiento contrafáctico: imaginarán lo que pudo haber sido.
©CBS Photo Archive/Getty Images

PENSAMIENTO ILUSORIO

Otra influencia sobre el pensamiento cotidiano es nuestra búsqueda de orden en los sucesos aleatorios, una tendencia que puede conducirnos a tomar toda serie de caminos errados.

Correlación ilusoria

Es fácil ver correlaciones donde no existen. Cuando esperamos encontrar relaciones significativas, es fácil que asociemos eventos aleatorios y que percibamos una **correlación ilusoria**. William Ward y Herbert Jenkins (1965) les mostraron a varias personas los resultados de un experimento hipotético de siembra de nubes de 50 días de duración. Les dijeron a los participantes en cuáles

de los 50 días se habían sembrado las nubes y qué días había llovido. La información no era más que una colección azarosa de resultados: en ocasiones había llovido y en otras no. No obstante, los participantes se convencieron por completo, en conformidad con sus ideas acerca de los efectos de la siembra de nubes, que en verdad había existido una relación entre la siembra de nubes y la lluvia.

Otros experimentos confirman este fenómeno de correlación ilusoria: *es fácil que las personas perciban de manera errónea los eventos aleatorios como confirmaciones de sus creencias* (Crocker, 1981; Ratliff y Nosek, 2010; Trolier y Hamilton, 1986). Si creemos que existe una correlación, es más probable que notemos y recordemos ejemplos que lo confirmen. Si creemos que las premoniciones se correlacionan con eventos, notaremos y recordaremos cualquier ocurrencia conjunta de la premonición y de la ocurrencia posterior del suceso. Si creemos que las mujeres con sobrepeso son menos felices, percibiremos que hemos sido testigos de dicha correlación aunque eso no haya sucedido (Viken et al., 2005). Ignoramos u olvidamos todas las veces que los eventos inusuales no sucedieron. Si, después de que pensamos en un amigo, este nos habla por teléfono, lo notaremos y recordaremos dicha coincidencia. No notaremos todas las veces que pensamos en ese mismo amigo sin que nos llamara, o que hayamos recibido llamadas de amigos sin pensar en ellos.

Las probabilidades de ganar son las mismas, sea que usted elija los números o que los elija alguien más, pero cuando ganan, muchas personas creen que fue a causa de sus "números de la suerte": un ejemplo de correlación ilusoria.
©Lipik Stock Media/Shutterstock

JUEGOS DE AZAR En comparación con aquellos a quienes se les dio un boleto de lotería aleatorio, las personas que eligieron sus propios números pidieron cuatro veces más dinero al preguntarles si venderían su boleto. Al jugar un juego de azar en contra de una persona torpe e insegura, apostaron más que cuando jugaban en contra de un contrincante bien vestido y confiado (Langer, 1977). Ser la persona que arroja los dados o que le da la vuelta a la ruleta aumenta la confianza de las personas (Wohl y Enzle, 2002). De esta y otras maneras, docenas de experimentos han comprobado que las personas actúan como si pudieran predecir o controlar eventos fortuitos (Stefan y David, 2013).

Las observaciones de jugadores de la vida real confirman estos hallazgos experimentales (Orgaz et al., 2013). Las personas que juegan a los dados los tiran con suavidad para obtener números bajos y con fuerza para obtener números altos (Henslin, 1967). La industria de las apuestas vive de las ilusiones de los jugadores. Los apostadores atribuyen sus triunfos a sus habilidades y previsión. Las pérdidas se vuelven "accidentes" o "casualidades" o, para el que apuesta en deportes, la mala decisión de un árbitro o el rebote inesperado de una pelota (Gilovich y Douglas, 1986).

A los corredores de bolsa también les gusta la sensación de empoderamiento que proviene de poder elegir y controlar sus propias operaciones bursátiles, como si el que estuvieran en control les permitiera mejorar el promedio del mercado. Un anuncio declaraba que las inversiones en línea "tienen todo que ver con el control". Por desgracia, la ilusión de control genera confianza excesiva y, a menudo, pérdidas después de que se restan los costos de las operaciones bursátiles (Barber y Odean, 2001a, 2001b).

A las personas les gusta tener el control y así, al experimentar su falta, actúan para crear una sensación de predictibilidad. En experimentos, la pérdida de control ha llevado a las personas a ver correlaciones ilusorias en la información bursátil, a percibir conspiraciones inexistentes y a desarrollar supersticiones (Whitson y Galinsky, 2008).

regresión a la media
Tendencia estadística de que las puntuaciones o comportamientos extremos regresen a un punto promedio.

REGRESIÓN A LA MEDIA Tversky y Kahneman (1974) observaron otra forma a través de la cual podía presentarse una ilusión de control: no logramos reconocer el fenómeno estadístico que se denomina **regresión a la media**. Debido a que, en parte, las puntuaciones de prueba fluctúan de manera aleatoria, la mayoría de los estudiantes que obtienen puntuaciones elevadas en un examen obtendrán puntuaciones más bajas en el siguiente. Si su primera puntuación se encuentra al tope, hay más probabilidades de que su segunda puntuación caiga (tenga una regresión) hacia su propio promedio a que suba el tope aún más. Esa es la razón por la que un alumno que tiene un buen desempeño, aunque jamás sea el mejor, a veces termina el curso entre los mejores de su generación. Por el contrario, los alumnos que obtengan puntuaciones bajas en su primer examen quizá mejoren.

Si aquellos que obtuvieron las calificaciones más bajas acuden a sesiones de tutoría después de su primer examen, es probable que sus tutores se sientan muy eficaces cuando el estudiante mejore, incluso si las clases adicionales no tuvieron efecto alguno.

De hecho, cuando las cosas llegan a un punto muy bajo, somos capaces de intentar lo que sea, y lo que sea que intentemos, como ir a psicoterapia, empezar un nuevo plan de ejercicio y dieta, leer un libro de autoayuda, tiene mayores probabilidades de ser seguido de una mejora que de mayor deterioro. En ocasiones, reconocemos que los eventos no tienen probabilidades de seguir en el extremo más malo o bueno. La experiencia nos enseña que cuando todo va de maravilla, inevitablemente algo saldrá mal o que cuando la vida nos da golpes mortales, casi siempre podemos esperar que las cosas vayan mejor. Sin embargo, es frecuente que no logremos reconocer este efecto de regresión. Nos sorprendemos cuando el novato del año en béisbol tiene un segundo año menos notable: ¿se habrá confiado en exceso? ¿Se sentirá inseguro? Se nos olvida que el desempeño notable tiende a tener una regresión a la normalidad.

Mediante la simulación de las consecuencias del uso de los elogios o los castigos, Paul Schaffner (1985) mostró cómo la ilusión de control podría infiltrarse en las relaciones humanas. Invitó a estudiantes de la Universidad Bowdoin a entrenar a un niño imaginario de cuarto grado, Harold, a llegar a la escuela a diario a las 8:30 de la mañana. Por cada día escolar durante un periodo de tres semanas, una computadora mostró la hora de llegada de Harold, que siempre se encontraba entre las 8:20 y las 8:40. Entonces, los estudiantes seleccionaban una respuesta para Harold, que variaba de un elogio significativo a una fuerte reprimenda. Como podría esperarse, por lo general elogiaban a Harold cuando llegaba antes de las 8:30 y lo regañaban cuando llegaba después de las 8:30. Debido a que Schaffner había programado la computadora para que mostrara una secuencia aleatoria de horas de llegada, el horario de Harold tendía a mejorar (a tener una regresión hacia las 8:30) después de que se le regañaba. Por ejemplo, si Harold llegaba a las 8:39, era casi seguro que se le regañara y su horario de llegada seleccionado al azar tuviera probabilidades de ser anterior a las 8:39. Así, *aunque las reprimendas no estaban teniendo efecto alguno*, la mayoría de los estudiantes terminó el experimento creyendo que sus regaños habían surtido efecto.

Este experimento demuestra la provocadora conclusión de Tversky y Kahneman: *La naturaleza opera de tal manera que a menudo nos sentimos castigados por recompensar a otros y recompensados por castigarlos*. En realidad, como tal vez aprendió usted en sus cursos introductorios a la psicología, el reforzamiento positivo por hacer las cosas de manera correcta suele ser más eficaz y tiene menos efectos secundarios negativos.

ESTADOS DE ÁNIMO Y JUICIOS

Los juicios sociales implican un eficiente procesamiento de información. También involucran sentimientos: nuestros estados de ánimo permean nuestros juicios. Las personas infelices, en especial aquellas que están en duelo o deprimidas, tienden a enfocarse más en sí mismas y a ser taciturnas (Myers, 1993, 2000). Pero también hay un lado positivo en la tristeza (Forgas, 2013). Un estado de ánimo deprimido motiva la reflexión intensa: una búsqueda de información que hace que el ambiente sea más memorable, comprensible y controlable.

Regresión a la media. Cuando nos encontramos en un punto muy bajo, cualquier cosa que intentemos hacer a menudo parecerá eficaz. "Quizá una clase de yoga me ayude a mejorar mi vida". Los sucesos rara vez continúan en un punto tan negativo.
©Purestock/SuperStock

En contraste, las personas felices son más confiadas, más amorosas y más receptivas. Si a las personas se les da un pequeño regalo cuando están de compras, informarán, pocos momentos después, en una encuesta no relacionada, que sus autos o teléfonos están funcionando de maravilla: mejor, si es que podemos creerles, que aquellos que pertenecen a aquellas personas que respondieron después de no haber recibido regalo alguno.

Nuestros estados de ánimo inciden en nuestro pensamiento. Desde los alemanes occidentales que disfrutan del triunfo de su equipo de fútbol en la Copa del Mundo (Schwarz et al., 1987) hasta los australianos que salen de ver una película conmovedora (Forgas y Moylan, 1987), las personas parecen bondadosas y la vida, maravillosa. Cuando estamos de buen humor, el mundo parece más amistoso, las decisiones son más simples y es más fácil que las buenas noticias nos vengan a la mente (DeSteno et al., 2000; Isen y Means, 1983; Stone y Glass, 1986).

Pero si nuestro estado de ánimo es sombrío, nuestros pensamientos toman un camino diferente. Desaparecen los cristales de color de rosa y nos ponemos las gafas oscuras. Ahora, nuestro mal humor facilita el recuerdo de sucesos negativos (Bower, 1987; Johnson y Magaro, 1987). Nuestras relaciones parecen amargarse, nuestra autoimagen cae en picada, nuestras esperanzas para el futuro se desvanecen y el comportamiento de las demás personas nos parece más siniestro (Brown y Taylor, 1986; Mayer y Salovey, 1987).

A Joseph Forgas (1999, 2008, 2010, 2011) con frecuencia le había impresionado la forma en que "los recuerdos y juicios de las personas cambian según el color de su estado de ánimo". Digamos que usted está de buenas o de malas, y mira una grabación (hecha el día anterior) de una conversación que tuvo con alguien más. Si está feliz, le agradará lo que ve y podrá detectar muchos ejemplos de su aplomo, interés y habilidades sociales. Si está de malas, ver esas mismas grabaciones parecerá revelarle una faceta en extremo distinta de sí mismo: verá a alguien tieso, nervioso y torpe al hablar (Forgas et al., 1984; **figura 3.1**). Dada la forma en que su estado de ánimo matiza sus

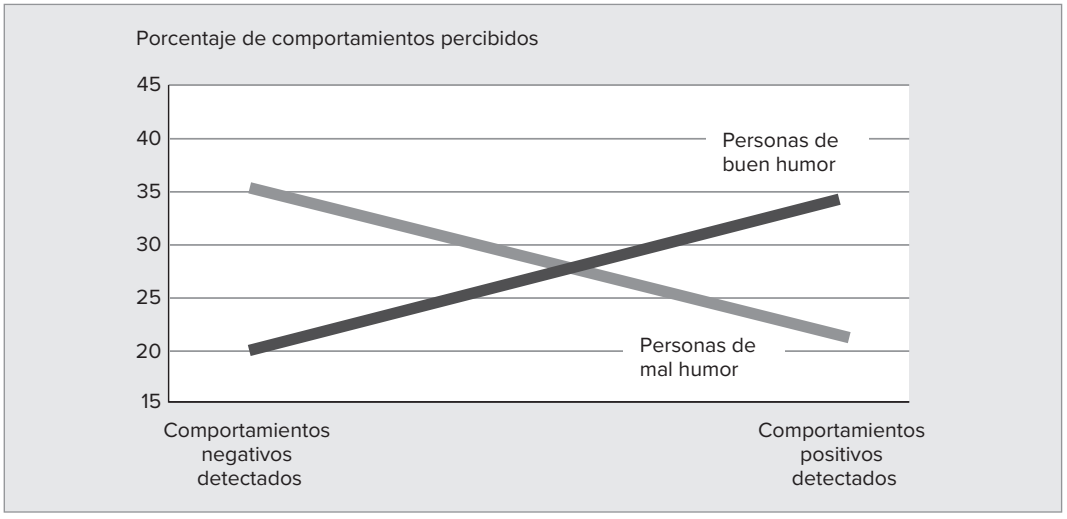


FIGURA 3.1
Un estado de ánimo temporal, bueno o malo, influyó en forma poderosa en la valoración del comportamiento videograbado de las personas. Aquellas que estuvieron de mal humor detectaron menos conductas positivas.
Fuente: Forgas et al., 1984.

Detalles DE LA HISTORIA

Joseph P. Forgas: ¿El mal clima puede mejorar la memoria?

Hace cierto tiempo noté que no solo es que me pongo de mal humor en días fríos y lluviosos sino que, para mi sorpresa, también parezco recordar con mayor claridad los detalles de lo que sucede en ese tipo de días. ¿Será posible que el estado de ánimo negativo tenga una influencia en lo bien que vigilamos nuestro ambiente? Quizá el estado de ánimo negativo funcione como una especie de señal de alarma tenue que nos alerta a prestar más atención a lo que nos rodea. Decidí examinar dicha posibilidad en un experimento natural. Colocamos un pequeño número de chucherías inusuales alrededor de una agencia noticiosa suburbana de Sídney y después verificamos lo bien que los clientes que salían de ella recordaban dichos objetos en días fríos y lluviosos, o bien en días cálidos y soleados (Forgas, Goldenberg y Unkelbach, 2009). Mis sospechas se vieron confirmadas: el recuerdo de los objetos en el sitio fue bastante mejor cuando los clientes estaban de malas (en días desagradables) que en días agradables y soleados. Parece ser que nuestros estados de ánimo influyen de manera inconsciente en el cuidado con que observamos el entorno, y el estado de ánimo negativo mejora nuestra atención y memoria.

Joseph P. Forgas
Universidad de Nueva Gales del Sur, Australia
©Joseph P. Forgas

juicios, se sentirá aliviado por la manera en que las cosas mejoran cuando el experimentador vuelve a ponerlo de buenas antes de que abandone el experimento. De manera curiosa, señalan Michael Ross y Garth Fletcher (1985), no atribuimos el cambio de nuestras percepciones al cambio de nuestro estado de ánimo. Más bien, el mundo en verdad parece distinto. (Para leer más acerca de estados de ánimo y recuerdos vea la sección "Detalles de la historia: Joseph P. Forgas: ¿El mal clima puede mejorar la memoria?").

En parte, nuestros estados de ánimo matizan la forma en que juzgamos nuestros mundos al traernos a la mente experiencias asociadas con dicho estado de ánimo. Cuando estamos de malas, tenemos pensamientos más deprimentes. Los que se relacionan con el estado de ánimo pueden distraernos del pensamiento complejo asociado con algo más. Así, emocionados, sea que estemos enojados o de excelente humor, es más probable que hagamos juicios apresurados con el sistema 1 y que evaluemos a otros con base en estereotipos (Bodenhausen et al., 1994; Paulhus y Lim, 1994).

EN RESUMEN: ¿Cómo juzgamos nuestros mundos sociales?

- Tenemos una enorme capacidad para el pensamiento automático, eficiente e intuitivo (*sistema 1*). Nuestra eficiencia cognitiva, aunque por lo general es adaptativa, viene a costa de errores ocasionales. Debido a que a veces no nos percatamos de que esos errores ingresan en nuestro pensamiento, es de utilidad identificar las maneras en que formamos y sostenemos las creencias falsas.
- Nuestras preconcepciones tienen una influencia poderosa sobre la manera en que interpretamos y recordamos sucesos. En un fenómeno llamado *facilitación*, los juicios previos de las personas tienen efectos impresionantes sobre la manera en que perciben e interpretan la información.
- Es frecuente que sobreestimemos nuestros juicios. Este *fenómeno de exceso de confianza* se deriva, en parte, de la mayor facilidad con la que podemos imaginar por qué podríamos tener la razón que por qué podríamos no tenerla. Además, es mucho más probable que las personas busquen información que confirme sus creencias que información que las contradiga.
- Cuando se nos cuentan anécdotas sorprendentes o, incluso, información inútil, es frecuente que ignoremos la provechosa información de tasa base. En parte, esto se debe a la facilidad posterior del recuerdo de información intensa (la *heurística de la disponibilidad*).
- Es frecuente que nos persuadan las ilusiones de correlación y de control personal. Estamos tentados a percibir correlaciones donde no existe ninguna (*correlación ilusoria*) y pensar que podemos predecir o, incluso, controlar sucesos aleatorios (la *ilusión de control*).
- El estado de ánimo influye en los juicios. Los estados de ánimo, positivos y negativos, disparan recuerdos de experiencias que se asocian con ellos. Los estados de ánimo matizan nuestras interpretaciones de experiencias actuales. Y, al distraernos, los estados de ánimo también pueden influir en la profundidad o superficialidad con que emitimos juicios.

¿CÓMO PERCIBIMOS NUESTROS MUNDOS SOCIALES?

Comprenda la forma en que nuestras suposiciones y juicios previos guían nuestras percepciones, interpretaciones y recordación.

Nuestras preconcepciones guían la forma en que percibimos e interpretamos la información. Vemos al mundo a través del cristal de nuestras creencias. "Claro, nuestras preconcepciones son importantes", concuerda la mayoría de las personas, pero no logran apreciar por completo el efecto de sus propias predisposiciones.

Consideremos algunos experimentos sugerentes. El primer grupo examina cómo las predisposiciones y juicios previos afectan la manera en que percibimos e interpretamos la información. El segundo grupo plantea un juicio en las personas *después* de que se les ha dado información para ver cómo estas ideas posteriores sesgan su recuerdo. El punto principal: *respondemos a la realidad no como es, sino como la comprendemos*.

PERCEPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE SUCESOS

A pesar de algunos sorprendentes sesgos y defectos lógicos en la manera en que nos percibimos y comprendemos los unos a los otros, somos primordialmente precisos (Jussim, 2012). Nuestras primeras impresiones y juicios de los demás suelen ser más correctos que incorrectos. No solo eso, mientras mejor conocemos a la gente, mayor será la precisión con la que podamos interpretar sus pensamientos y sentimientos.

Pero hay ocasiones en que nuestros juicios previos están errados. Los efectos de los juicios previos y expectativas son temas habituales en los cursos introductorios de psicología. Considere la siguiente frase:

MÁS VALE
PÁJARO EN
EN MANO
QUE
CIENTOS VOLANDO

¿Notó algo mal con el dicho? En cuanto a percepción se refiere, las apariencias engañan.*

"Una vez que se tiene una creencia, influye en la manera en que se percibe cualquier otra información relevante. Una vez que considera a un país como hostil, es probable que interprete acciones ambiguas de su parte como ejemplo de su hostilidad".

—Científico y político Robert Jervis (1985)

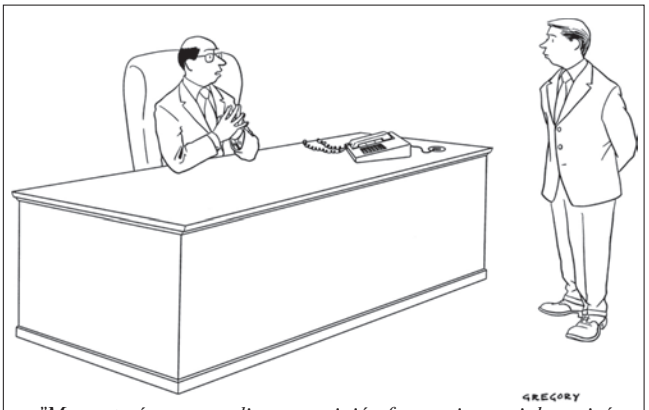
Percepciones políticas

Lo mismo sucede en el caso de las percepciones políticas. Debido a que estas tienen mucho que ver con quien las tiene, incluso el estímulo más pequeño puede parecerle muy distinto a diferentes personas. Un experimento de Robert Vallone, Lee Ross y Mark Lepper (1985) reveló cuán poderosas pueden ser las preconcepciones. A estudiantes proisraelíes y proárabes se les mostraron seis segmentos noticiosos en los que se describían los asesinatos de civiles refugiados en Beirut, Líbano. Como lo muestra la **figura 3.2**, cada grupo percibió a las cadenas de noticias como hostiles hacia su postura.

Este fenómeno es de lo más común: los fanáticos de algún deporte perciben al réferi como injusto a favor del contrincante. Los candidatos políticos y sus partidarios casi siempre consideran que los medios noticiosos están en contra de su causa (Richardson et al., 2008). Cuando el Pew Research Center les preguntó a varios estadounidenses: "¿Diría usted que su partido ha estado ganando o perdiendo más?", la mayoría de ambos partidos creyó que su lado había estado perdiendo en más ocasiones (Fingerhut, 2015).

Y esto no se limita a fanáticos y políticos. Las personas de todo el mundo perciben a los mediadores y a los medios como predispuestos en su contra. "No existe tema acerca del que las personas sean menos objetivas que la objetividad" señaló un comentador de noticias (Poniewozik, 2003). De hecho, las percepciones de sesgo de las personas pueden utilizarse para evaluar sus actitudes (Saucier y Miller, 2003). Dime dónde ves sesgos y me dirás tus actitudes.

¿Será esa la razón por la que, en política, religión y ciencia, la información ambigua deriva en conflicto con tanta frecuencia? Los debates presidenciales en Estados Unidos refuerzan las opiniones anteriores. Por un margen de casi 10 contra 1, aquellos que ya favorecían a un candidato o a otro percibieron que el suyo había ganado (Kinder y Sears, 1985). Así, Geoffrey Munro y sus colaboradores (1997) informaron que las personas de ambos lados pueden volverse aún más solidarias con sus respectivos candidatos que antes de ver el debate presidencial.



"Me gustaría que me diera su opinión franca, imparcial y quizá arruinadora de carreras profesionales acerca de algo".

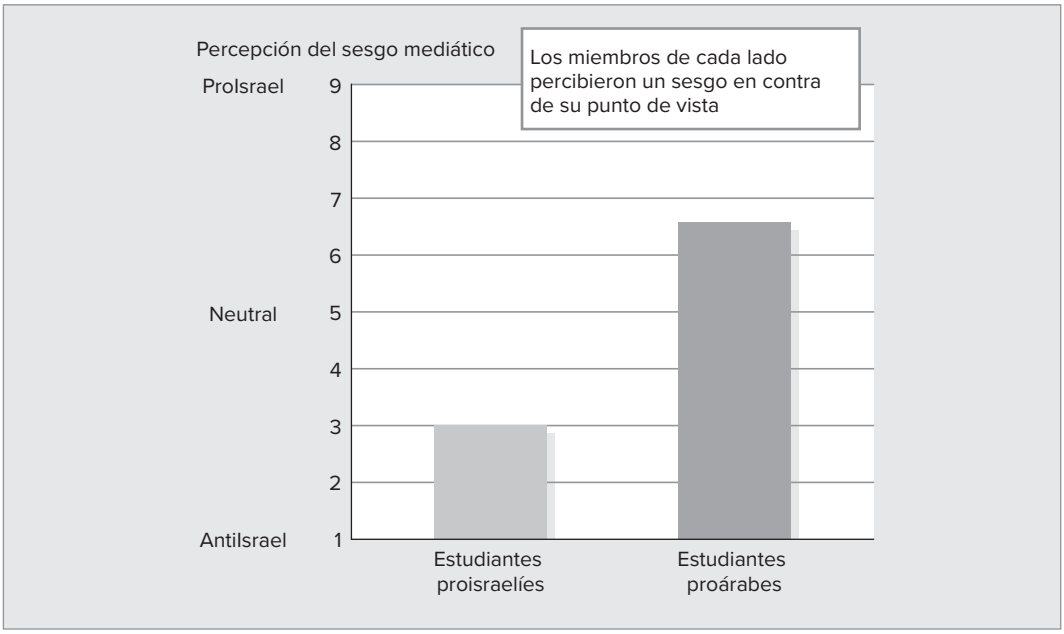
Algunas circunstancias dificultan la imparcialidad.

©Alex Gregory. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

*La palabra "en" aparece dos veces.

FIGURA 3.2

Los estudiantes proisraelíes y proárabes que vieron las descripciones noticiosas de la matanza de Beirut creyeron que la cobertura estaba sesgada en contra de su perspectiva.
Fuente: datos de Vallone et al., 1985.



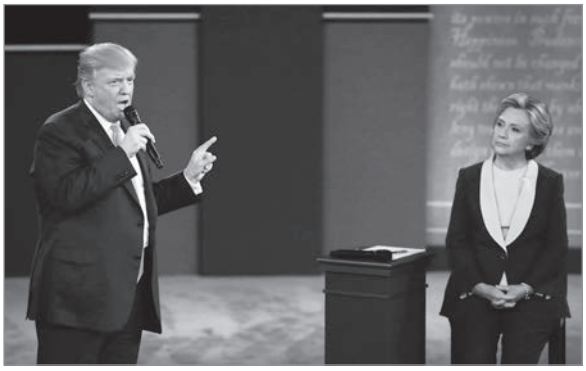
En pocas palabras: percibimos nuestros mundos sociales a través del cristal de nuestras creencias, actitudes y valores. Esa es una de las razones por las que las creencias son tan importantes: moldean la interpretación de todo lo demás.

PERSEVERANCIA DE LAS CREENCIAS

perseverancia de las creencias
La persistencia de las concepciones iniciales propias, como cuando las bases de una creencia se desacreditan, pero sobrevive una explicación de por qué la creencia podría seguir siendo cierta.

Imagine a una nana que durante una noche con un bebé lloroso decide que alimentarlo con biberón produce cólicos: "Y si lo piensa uno un poco, es evidente que la leche de vaca es mejor para los becerros que para los bebés". Si después resulta que el bebé tenía una fiebre elevada, ¿persistirá la creencia de la nana en cuanto a que el biberón produce cólicos (Ross y Anderson, 1982)? Para averiguarlo, Lee Ross, Craig Anderson y sus colaboradores plantaron una falsedad en la mente de las personas y después trataron de desacreditarla.

Sus investigaciones revelaron que es bastante difícil destruir una falsedad una vez que las personas inventan alguna argumentación que la sostenga. Primero, cada experimento *implantó una creencia*, ya sea pregonando su veracidad o mostrándoles algún tipo de evidencia anecdótica a los participantes. Luego, se les pidió a los participantes que *explicaran por qué* era verdad. Después, los experimentadores *desacreditaron* la información inicial por completo explicándoles *la verdad* a los participantes: que la información había sido elaborada para el experimento y que a la mitad de los participantes se les había dado la información contraria. No obstante, la creencia falsa sobrevivió intacta en alrededor de 75% de los participantes, al parecer porque seguían reteniendo las explicaciones inventadas que sustentaban la creencia. Aunque dicha creencia era falsa, los participantes seguían creyéndola a pie juntillas. Este fenómeno, denominado **perseverancia de las creencias**, muestra que las creencias pueden sostenerse por sí mismas y sobrevivir a la desacreditación. En un momento en que las *fake news* (noticias falsas que a menudo están diseñadas para atraer clics y, por ende, ganancias publicitarias) se difunden por todos los medios sociales (Fulgoni y Lipsman, 2017), es importante comprender las razones por las que las personas siguen creyendo la información falsa.



Percepciones partidistas. Los seguidores de un candidato suelen creer que fue el suyo quien ganó el debate.
©Win McNamee/Getty Images News/Getty Images

Otro ejemplo de la perseverancia de las creencias: Anderson, Lepper y Ross (1980) les pidieron a los participantes que decidieran si los individuos que corren riesgos serían buenos o malos bomberos. Un grupo consideró a una persona proclive a riesgos era un buen bombero y que una persona cauta no había tenido éxito en dicha profesión. El otro grupo consideró casos que sugerían la conclusión

contraria. Después de formar su teoría en cuanto a que las personas aficionadas al riesgo podrían ser mejores (o peores) bomberos, los participantes escribieron explicaciones que justificaran sus teorías; por ejemplo, que las personas que tomaban riesgos eran valientes o que las personas cautas tenían menos accidentes. Después de establecida cada explicación, podía existir de manera independiente de la información que había creado la creencia. Cuando dicha información se desacreditaba, los participantes seguían sosteniendo sus explicaciones autogeneradas y, por ende, seguían creyendo que las personas proclives al riesgo eran mejores (o peores) bomberos.

Estos experimentos sugieren que mientras más examinamos nuestras teorías y explicamos cómo *podrían* ser ciertas, más cerrados estamos a la información que desafía nuestras creencias. Si consideramos las razones por las que una persona acusada pudiera ser culpable, las razones por las que un desconocido descortés se comporta de cierta manera o por qué una acción favorita podría subir de valor, nuestras explicaciones bien podrían sobrevivir cualquier desacreditación (Davies, 1997; Jelalian y Miller, 1984).

La evidencia es sustancial: nuestras creencias y expectativas afectan mucho la forma en que interpretamos los sucesos. Por lo general, nos beneficiamos de nuestras preconcepciones, de la misma manera en que los científicos se benefician de la creación de teorías que los guían para advertir e interpretar sucesos. Pero tales beneficios a veces implican un costo: nos convertimos en prisioneros de nuestros propios patrones de pensamiento. Así, los canales marcianos que los astrónomos del siglo XX se deleitaban en localizar sí resultaron ser producto de la vida inteligente: pero de la vida inteligente del lado terrestre del telescopio.

"Escuchamos y comprendemos solo aquello que ya sabemos en parte".

—Henry David Thoreau, en *The Heart of Thoreau's Journals* (*El corazón de los diarios de Thoreau*), 1961

CONSTRUCCIÓN DE RECUERDOS DE NOSOTROS MISMOS Y DE NUESTROS MUNDOS

¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

> La memoria puede compararse con un baúl de almacenamiento dentro de nuestro cerebro en el que depositamos materiales y del que podemos sacarlos más adelante según los necesitemos. En ocasiones, hay cosas que se pierden de este baúl y ese es el momento en que decimos que lo hemos olvidado.

En una encuesta, 85% de estudiantes universitarios estuvo de acuerdo con lo anterior (Lamal, 1979). Como lo planteó una revista, "La ciencia ha comprobado que la experiencia acumulada de toda una vida se preserva de manera perfecta dentro del cerebro".

De hecho, la investigación psicológica ha probado todo lo contrario. Nuestros recuerdos no son copias exactas de experiencias que se encuentran depositadas en un banco de recuerdos. Más bien, reconstruimos nuestros recuerdos al momento en que hacemos algún retiro. Al igual que un paleontólogo que infiere la apariencia de un dinosaurio a partir de los fragmentos de sus huesos, nosotros reconstruimos nuestro pasado distante usando nuestros sentimientos y expectativas actuales para combinar fragmentos de información. Así (aunque de manera inconsciente) podemos arreglar nuestros recuerdos con facilidad para que se ajusten a nuestros conocimientos actuales. Cuando uno de mis hijos [DM] se quejó de que no había llegado el ejemplar de junio de una revista, y después le mostraron dónde se encontraba, feliz de la vida respondió: "¡Qué bueno! ¡Sabía que había llegado!".

"La memoria no es como leer un libro: es más como escribirlo a partir de anotaciones fragmentadas".

—John F. Kihlstrom (1994)

Cuando un experimentador o terapeuta manipula las presuposiciones de las personas acerca de su pasado, muchas crean recuerdos falsos. Al pedirles que imaginaran que, de niños, habían tirado un platón de comida durante una boda, tiempo después alrededor de 25% de de ellas recordaron el suceso ficticio como algo que en verdad había pasado (Loftus y Bernstein, 2005). En su búsqueda de la verdad, hay ocasiones en que la mente construye una falsedad.

En experimentos en los que participaron más de 20 000 personas, Elizabeth Loftus (2003, 2007, 2011a) y sus colaboradores han explorado la tendencia de la mente a construir recuerdos. En un experimento típico, las personas atestiguan un suceso, reciben información engañosa (o no) respecto a este y después se someten a una prueba de memoria. Los resultados encuentran un **efecto de desinformación** en el que las personas incorporan la información engañosa dentro de sus recuerdos (Scoboria et al., 2017). Recuerdan una señal de "Ceda el paso" como señal de "Alto", martillos como destornilladores, la revista *Vogue* como si hubiese sido *Mademoiselle*, al Dr. Henderson como el Dr. Davidson, cereal de desayuno como huevos y un hombre rasurado como si tuviera bigote. Esta desinformación sugerida incluso podría producir recuerdos falsos de supuesto abuso sexual infantil, argumenta Loftus.

efecto de desinformación
Incorporar desinformación en el propio recuerdo de un suceso después de atestiguarlo y de recibir información engañosa respecto de él.

Este proceso afecta nuestro recuerdo de eventos sociales, así como físicos. Jack Croxton y sus colaboradores (1984) hicieron que algunos estudiantes pasaran 15 minutos hablando con alguien. Aquellos a quienes después se les informó que la persona había expresado agrado por ellos, recordaron el comportamiento de dicha persona como relajado, cómodo y feliz. Aquellos a quienes se les dijo que la persona había expresado desagrado, la recordaron como nerviosa, incómoda y no tan feliz.

Reconstrucción de nuestras actitudes pasadas

"Un hombre jamás debería sentir vergüenza de admitir que ha estado errado, que no es más que decir, en otras palabras, que hoy es más sabio de lo que fue ayer".

—Jonathan Swift, *Thoughts on Various Subjects* (*Reflexiones sobre diversos temas*), 1711

Hace cinco años, ¿cómo se sentía respecto de la inmigración? ¿Acerca de su presidente o primer ministro? ¿Acerca de sus padres? Si sus actitudes han cambiado, ¿qué tanto lo han hecho?

Los experimentadores han explorado tales cuestiones y los resultados han sido desconcertantes. Las personas cuyas creencias o actitudes han cambiado, con frecuencia afirman que siempre se han sentido igual a como se sienten en la actualidad (Wolfe y Williams, 2018). Estudiantes de la Universidad Carnegie Mellon respondieron una larga encuesta que incluía una pregunta acerca del control estudiantil sobre los planes de estudio de la universidad. Una semana después, acordaron escribir un ensayo en oposición a dicho control estudiantil. Después de hacerlo, sus actitudes se inclinaron hacia una mayor oposición en contra del control estudiantil. Cuando se les pidió que recordaran cómo habían respondido la pregunta antes de escribir el ensayo, los estudiantes recordaron haber tenido la misma opinión que en el presente y negaron que el experimento los hubiera afectado (Bem y McConnell, 1970).

Después de observar a estudiantes que negaban sus actitudes anteriores de manera semejante, los investigadores D. R. Wixon y James Laird (1976) comentaron: "la velocidad, magnitud y certeza" con la que los estudiantes reinventaron sus propias historias "fue impactante". Como lo señaló George Vaillant (1977) después de hacer un seguimiento de adultos a lo largo del tiempo: "Es demasiado común que las orugas se conviertan en mariposas y que después sostengan que en su juventud fueron mariposas pequeñitas. La maduración nos convierte en mentirosos a todos".

La construcción de recuerdos positivos ilumina nuestras reminiscencias. Terence Mitchell, Leigh Thompson y colaboradores (1994, 1997) informaron que las personas a menudo exhiben una *retrospección color de rosa*: recuerdan sucesos un tanto agradables de forma más favorable que cuando los experimentaron. Estudiantes en un viaje en bicicleta de tres semanas de duración, adultos mayores en un recorrido guiado por Austria y estudiantes de vacaciones informaron haber disfrutado de sus experiencias mientras las estaban viviendo. Pero más tarde recordaron tales experiencias con más afecto todavía, minimizando los aspectos desagradables o aburridos y recordando los mejores momentos. Así, los momentos agradables en los que he vacacionado [DM] en Escocia, los recuerdo en la actualidad (de vuelta en la oficina y enfrentándome a fechas tope e interrupciones) como ideales y paradisiacos. La llovizna y los mosquitos no son más que recuerdos apenas vagos. Los panoramas espectaculares, el aire fresco del mar y mis salones de té favoritos siguen estando conmigo. Con cualquier experiencia positiva, parte de nuestro placer reside en la anticipación, parte en la experiencia misma y parte en la retrospección color de rosa.

"Los viajes son glamorosos solo en retrospectiva".

—Paul Theroux, *The Observer,* 1979

Tenga una discusión el día de hoy y quizá recuerde que su relación jamás fue en realidad muy feliz.
©Tetra Images/Getty Images

Cathy McFarland y Michael Ross (1985) encontraron que a medida que cambian nuestras relaciones, también replanteamos nuestros recuerdos de otras personas. Les pidieron a estudiantes universitarios que valoraran a sus parejas establecidas. Dos meses después, volvieron a valorarlas. Los estudiantes que seguían enamorados tendieron a sobreestimar sus primeras impresiones: había sido "amor a primera vista". Aquellos que habían terminado sus relaciones, estaban en mayores probabilidades de subestimar su agrado anterior y recordaban a sus ex parejas como algo egoístas y malhumoradas.

Diane Holmberg y John Holmes (1994) descubrieron que el mismo fenómeno tenía lugar entre 373 matrimonios recientes, la mayoría de los cuales informó estar felizmente

casado. Al entrevistarlos dos años después, aquellos cuyas relaciones se habían deteriorado recordaban que las cosas siempre habían andado mal. Los resultados son "atemorizantes" dijeron Holmberg y Holmes: "Este tipo de sesgos pueden conducir a una espiral descendente peligrosa. Mientras peor sea la perspectiva actual sobre nuestra pareja, peores serán nuestros recuerdos, lo que solo terminará por confirmar nuestras actitudes negativas".

No es que perdamos total conciencia de la manera en que solíamos sentirnos, pero cuando nuestros recuerdos son vagos, los sentimientos actuales pueden afectar nuestro recuerdo. Cuando las personas viudas tratan de recordar la pena que sintieron ante la muerte de sus cónyuges cinco años antes, su estado emocional actual matiza sus recuerdos (Safer et al., 2001). Cuando los pacientes recuerdan el dolor de cabeza del día anterior, sus sentimientos presentes influyen en sus recuerdos (Eich et al., 1985). Las personas deprimidas a las que se les aplica Botox, que evita que frunzan el ceño, se recuperan de su depresión con mayor rapidez, quizá porque se les dificulte más recordar las razones por las que se sentían tristes (Lewis y Bowler, 2009).

Reconstrucción de nuestro comportamiento pasado

La construcción de recuerdos nos permite modificar nuestras propias historias. En un estudio, alumnos de la Universidad de Waterloo leyeron un mensaje acerca de los beneficios de cepillarse los dientes. Más tarde, en un experimento supuestamente diferente, estos mismos estudiantes recordaron que se habían cepillado los dientes más a menudo durante las dos semanas anteriores que los alumnos que no habían leído el mensaje (Ross, 1981). De la misma manera, al juzgar por las encuestas, las personas informan haber fumado muchos menos cigarros de los que en realidad se venden (Hall, 1985). Y recuerdan haber votado en más ocasiones que los votos que en realidad se registran (Buró de Censos, 2013).

"La vanidad le juega trucos sórdidos a nuestra memoria".

—Joseph Conrad, *Lord Jim,* 1900

El psicólogo social Anthony Greenwald (1980) advirtió la semejanza de estos hallazgos en la novela *1984* de George Orwell, en la que "era necesario recordar que los eventos sucedían de la manera deseada". De hecho, argumentaba Greenwald, todos tenemos "yoes totalitarios" que alteran el pasado para ajustarlo a nuestras perspectivas presentes. Así, subestimamos los informes sobre malas conductas y exageramos los informes sobre buenas conductas.

En ocasiones, nuestra perspectiva actual es que hemos mejorado, en cuyo caso es posible que recordemos nuestro pasado, de manera equivocada, como más diferente de nuestro presente de lo que fue en realidad. Esta tendencia resuelve un par de enigmáticos hallazgos inconsistentes: las personas que participan en psicoterapia y programas de autoayuda para bajar de peso, dejar de fumar y ejercitarse muestran solo mejoras modestas en promedio. Sin embargo, es frecuente que indiquen que obtuvieron beneficios significativos. Michael Conway y Michael Ross (1986) explican el porqué: "Después de haber invertido tanto tiempo, esfuerzo y dinero en mejorar, es posible que las personas piensen: 'Tal vez no esté a la perfección ahora, pero estaba peor antes; esto me sirvió de mucho'".

Nuestros juicios sociales son una mezcla entre observación y expectativas, razón y pasión.

EN RESUMEN: ¿Cómo percibimos nuestros mundos sociales?

- Algunos experimentos han implantado juicios o ideas falsas en las personas después de que se les ha dado información. Estos experimentos revelan que, de la misma manera en que los *juicios previos* sesgan nuestras percepciones e interpretaciones, los juicios posteriores sesgan nuestros recuerdos.
- La *perseverancia de los recuerdos* es el fenómeno consistente en que las personas se aferran a sus creencias iniciales y a las razones por las que una creencia podría ser cierta, incluso cuando se desacreditan las bases para tales creencias.
- Lejos de ser un depósito de hechos relacionados con nuestro pasado, la realidad es que nuestros recuerdos se forman en el momento en que los recuperamos y están sujetos a las poderosas influencias de las actitudes y sentimientos que tenemos al momento de su recuperación.

¿CÓMO EXPLICAMOS NUESTROS MUNDOS SOCIALES?

Reconozca cómo y con qué precisión explicamos los comportamientos de los demás.

Las personas se afanan por explicar a otras personas, y los psicólogos sociales se afanan por explicar las explicaciones de las personas.

Nuestros juicios de la gente dependen de la forma en que explicamos su comportamiento. Dependiendo de nuestra explicación, es posible que juzguemos una muerte como producto de homicidio, asesinato imprudencial, defensa propia o heroísmo. Dependiendo de nuestra explicación, es posible que interpretemos el comportamiento amistoso de alguien como calidez genuina o hipocresía. La teoría de la atribución nos ayuda a darle sentido a la manera en que operan tales explicaciones.

ATRIBUCIÓN DE LA CAUSALIDAD: A LA PERSONA O A LA SITUACIÓN

Nos eternizamos en el análisis de la razón por la que las cosas suceden como suceden, en especial cuando experimentamos algo negativo o inesperado (Weiner, 1985, 2008, 2010). Si la productividad de los empleados baja, ¿suponemos que los trabajadores están haciéndose más flojos? ¿O acaso es que su sitio de trabajo se ha vuelto menos eficiente? ¿Un niño pequeño que golpea a un compañero tiene una personalidad hostil? ¿O tan solo está respondiendo al acoso constante?

Algunos investigadores han encontrado que las personas casadas con frecuencia analizan el comportamiento de sus parejas, en especial el negativo. Es probable que la hostilidad distante, a diferencia de un cálido abrazo, deje al otro miembro de la pareja preguntándose: "¿Por qué?" (Holtzworth y Jacobson, 1988). Las respuestas de los cónyuges se correlacionan con la satisfacción marital. Las parejas infelices casi siempre ofrecen explicaciones internas a los actos negativos ("Llegó tarde porque no le importo"). Las parejas felices tienen una mayor tendencia a externalizar ("Llegó tarde porque hubo mucho tránsito"). De manera semejante, las explicaciones de los actos positivos también funcionan para conservar la angustia ("Me compró flores porque quiere tener relaciones sexuales") o para elogiar la relación ("Me compró flores porque quiso mostrarme que me ama") (Hewstone y Fincham, 1996; McNulty et al., 2008; Weiner, 1995).

atribución errónea
Atribuir por error un comportamiento a la fuente incorrecta.

De manera repetida, Antonia Abbey y sus colaboradores (1987, 1991, 2011) han encontrado que los hombres tienen mayores probabilidades que las mujeres de atribuir la cordialidad de ellas al interés sexual. La mala interpretación de la calidez de las mujeres como insinuaciones sexuales, un ejemplo de **atribución errónea**, puede contribuir al acoso sexual e, incluso, a la violación (Farris et al., 2008; Kolivas y Gross, 2007; Pryor et al., 1997). Muchos varones creen que las mujeres se sienten halagadas por peticiones insistentes para salir, algo que la mayoría de las mujeres interpretan como hostigamiento (Rotundo et al., 2001).

¿Una atribución errónea? En ocasiones, la violación en citas empieza cuando un hombre malinterpreta la calidez de una mujer como incitación sexual.
©PeopleImages/DigitalVision/Getty Images

La atribución errónea es más probable cuando los hombres se encuentran en una posición de poder. Un gerente puede malinterpretar el comportamiento sumiso o amistoso de una subordinada y, en un arranque de engreimiento, considerar su actitud en términos sexuales (Bargh y Raymond, 1995). Los hombres piensan en sexo con mayor frecuencia que las mujeres y también es más probable que los hombres supongan que otras personas comparten sus sentimientos. Así, un hombre que está pensando en sexo puede sobreestimar el significado sexual de la sonrisa cortés de una mujer (Levesque et al., 2006; Nelson y LeBoeuf, 2002). Las atribuciones erróneas también explican la razón por la que, en una encuesta nacional, 23% de las mujeres estadounidenses indicó que se les había obligado a tener conductas sexuales indeseadas, mientras que solo

3% de los varones estadounidenses admitieron haber obligado a una mujer a realizar actos sexuales alguna vez en su vida (Laumann et al., 1994).

La **teoría de la atribución** analiza la forma en que explicamos el comportamiento de otras personas y lo que inferimos de este (Gilbert y Malone, 1995; Heider, 1958). En ocasiones, atribuimos el comportamiento de las personas a *causas internas* (por ejemplo, la personalidad o estado mental de la persona) y, en otras, a *causas externas* (por ejemplo, a algo particular dentro de una situación). Por ejemplo, un maestro podría preguntarse si el mal desempeño de algún niño pudiera deberse a una falta de motivación y capacidad (una causa interna o **atribución disposicional**) o a sus circunstancias físicas y sociales (una causa externa o **atribución situacional**). Además, algunas personas tienden más a atribuir la conducta a la personalidad estable, mientras que otras tienen mayores probabilidades de atribuir el comportamiento a las situaciones (Bastian y Haslam, 2006; Robins et al., 2004).

teoría de la atribución
Teoría de la manera en que las personas explican el comportamiento de otras; por ejemplo, al atribuirla ya sea a disposiciones internas (rasgos, motivos y actitudes perdurables) o a situaciones externas.

atribución disposicional
Atribuir la conducta a la disposición y rasgos de la persona.

atribución situacional
Atribuir el comportamiento al ambiente.

Inferencia de rasgos

A menudo, inferimos que las acciones de las personas son una indicación de sus intenciones y temperamentos (Jones y Davis, 1965). Si vemos que Mason le hace un comentario sarcástico a Ashley, inferimos que Mason es una persona hostil. ¿En qué casos es más probable que las personas infieran que el comportamiento de los demás se debe a sus rasgos? De entrada, el comportamiento que es normal para una situación nos dice menos acerca de la persona que las conductas que son inusuales para dicha situación. Si Samantha se comporta de forma sarcástica durante una entrevista de trabajo, una situación en la que el sarcasmo sería inusual, nos diría más acerca de ella que si se comporta del mismo modo con alguno de sus hermanos.

La facilidad con la que inferimos rasgos, un fenómeno que se denomina **inferencia espontánea de rasgos**, es asombrosa. En algunos experimentos en la Universidad de Nueva York, James Uleman (1989; Uleman et al., 2008), les pidió a estudiantes que recordaran ciertas afirmaciones, como "El bibliotecario cargó las compras de la viejecita al otro lado de la calle". De manera instantánea, intencional e inconsciente, los estudiantes inferían un rasgo. Más tarde, cuando se les pedía que recordaran la afirmación, la pista más valiosa no era "libros" (para evocar al bibliotecario) ni "bolsas" (para evocar las compras), sino "servicial": el rasgo inferido que sospechamos que también usted debe haberle atribuido al bibliotecario de manera espontánea. Una exposición de tan solo 1/10 de segundo al rostro de una persona lleva a la gente a inferir ciertos rasgos de personalidad de manera espontánea (Willis y Todorov, 2006).

inferencia espontánea de rasgos
Inferencia automática e indeliberada de un rasgo después de verse expuesto al comportamiento de una persona.

Una excepción: las personas asiáticas tienen menores probabilidades de atribuir el comportamiento de las personas a sus rasgos de personalidad (Na y Kitayama, 2011).

EL ERROR FUNDAMENTAL DE ATRIBUCIÓN

La lección más importante de la psicología social tiene que ver con la influencia de nuestro entorno social. En cualquier momento, nuestro estado interno y, por ende, lo que decimos o hacemos, depende de la situación, así como de lo que nosotros llevamos a ella. En los experimentos, hay ocasiones en que una ligera diferencia entre ambas situaciones puede afectar bastante la forma en que responden las personas. Como profesor [DM], he visto esto último al dar la misma clase tanto a las 8:30 a.m. como a las 7:00 p.m. A las 8:30 a.m., me veía confrontado a miradas silenciosas; a las 7:00 p.m., era necesario que interrumpiera toda una fiesta. En cada situación, había algunos individuos que eran más verbales que otros, pero la diferencia entre ambas situaciones superaba las diferencias individuales.

¿A qué debemos atribuir la somnolencia de una alumna? ¿A la falta de sueño? ¿Al aburrimiento? El que realicemos una atribución interna o externa dependerá de si notamos que duerme en esta y otras clases, y de si otros alumnos reaccionan de la misma manera a esta clase en particular.
©Wavebreakmedia/Shutterstock

Los investigadores de la atribución han encontrado un problema común de nuestras atribuciones. Al explicar el comportamiento de alguna persona, es frecuente que subestimemos el efecto de la situación y que sobreestimemos el grado al que refleja los rasgos y actitudes del individuo. Así, incluso sabiendo el efecto que la hora del día tiene sobre las conversaciones en clase, me era tentador suponer que las personas de la clase de las 7:00 p.m. eran

más extravertidas que los "calladitos" que asistían a las 8:30 a.m. Así también, es más probable que podamos inferir que las personas se tropiezan porque son torpes que porque les metieron el pie; que las personas sonríen porque están felices más que porque sean hipócritas; y que las personas nos rebasen por la carretera porque son agresivas y no porque vayan tarde a una junta importante.

error fundamental de atribución
La tendencia de los observadores a subestimar las influencias situacionales y a sobreestimar las influencias disposicionales sobre el comportamiento de los demás.

Descartar la situación, algo que se denomina **error fundamental de atribución** (Ross, 1977) aparece en muchos experimentos. En el primer estudio de este tipo, Edward Jones y Victor Harris (1967) hicieron que algunos estudiantes de la Universidad Duke leyeran discursos de debate que apoyaban o atacaban al líder cubano del momento, Fidel Castro. Al decirles que el polemista había elegido la postura deseada, los estudiantes suponían que eso reflejaba la actitud propia de la persona. ¿Pero qué sucedía cuando se les decía a los estudiantes que el profesor de los debates les había asignado la postura? Los estudiantes seguían infiriendo que el polemista sostenía la postura asignada (**figura 3.3**). Al parecer, las personas pensaban: "Sé que le asignaron la postura, pero de todos modos creo que eso es lo que cree".

Incluso cuando las personas saben que están *causando* el comportamiento de alguien, siguen subestimando las influencias externas. Si un individuo dicta la opinión que otro debe expresar, sigue tendiendo a ver a la persona como en verdad a favor de dicha opinión (Gilbert y Jones, 1986). Cuando se les pide a las personas que sean o bien orgullosas o humildes durante una entrevista, están más que conscientes de las razones por las que se están comportando de esa manera. Pero no están *al tanto* del efecto que están teniendo sobre la otra persona. Si Juan actúa con modestia, su compañero de conversación, Ethan, quizá también se comporte de forma modesta. Será fácil que Juan comprenda su propia conducta, pero pensará que el pobre de Ethan tiene problemas de autoestima. En resumen, tendemos a suponer que los demás son como actúan; incluso cuando no hacemos estas presuposiciones acerca de nosotros mismos. Al observar a la Cenicienta intimidada en su hogar opresivo, las personas (ignorando su situación) infieren que es sumisa; al estar con ella en el baile, el príncipe ve a una persona sofisticada y glamorosa. Cenicienta es la única que sabe que es la misma persona en ambas situaciones.

Un experimento recreó las experiencias de primera mano de Lee Ross al cambiar de ser alumno de posgrado a profesor. Su examen oral doctoral le había ofrecido una experiencia aleccionadora cuando sus aparentemente brillantes profesores lo habían interrogado sobre temas en los que se especializaban. Seis meses después, el *Dr.* Ross, ahora como examinador, fue capaz de plantear preguntas agudas relacionadas con *sus* temas predilectos. Más tarde, el desventurado alumno de Ross le confesó sentirse de la misma manera en que él se había sentido medio año antes: decepcionado por su ignorancia e impresionado por la aparente brillantez de todos los examinadores.

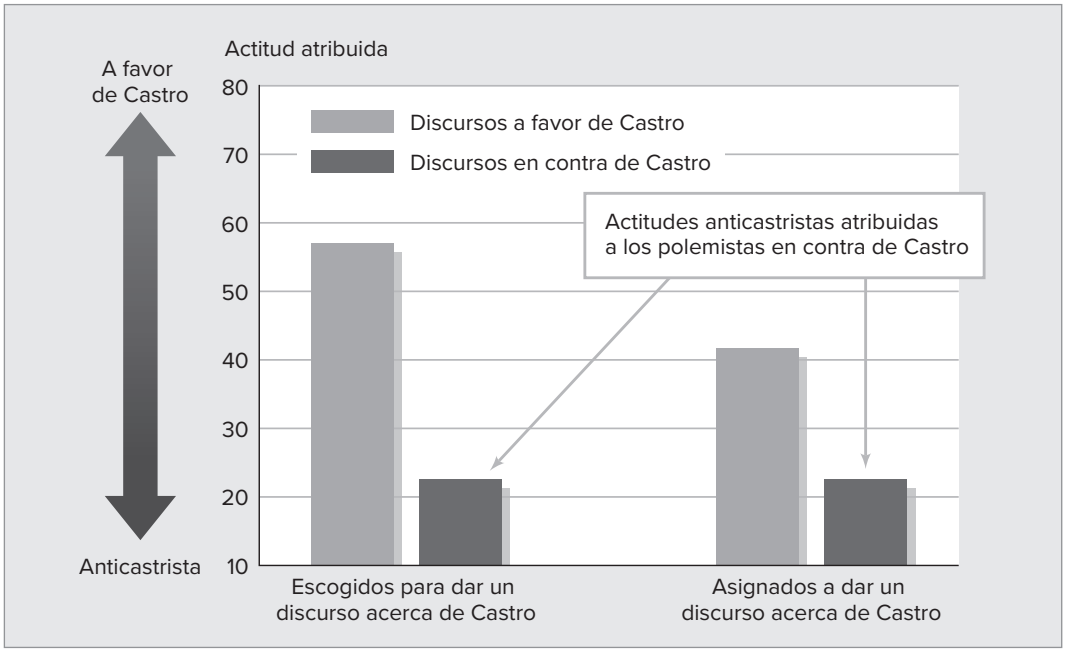


FIGURA 3.3
El error fundamental de atribución
Cuando las personas leyeron un discurso para un debate que apoyaba o atacaba a Fidel Castro, le atribuyeron las actitudes correspondientes al escritor del discurso, incluso cuando el maestro de la clase de debates le asignó dicha postura a este.
Fuente: Datos de Forgas et al., 1984.

En un experimento en que reproducía esta experiencia alumno-profesor, Ross estableció un concurso de preguntas simulado. De manera aleatoria, asignó a algunos estudiantes de la Universidad de Stanford para representar el papel del maestro de ceremonias del concurso, a otros para representar el papel de concursantes, y a otros más para representar el papel de observadores. Los investigadores invitaron a los maestros de ceremonias a crear preguntas difíciles que demostraran la profundidad de sus conocimientos. Cualquiera de nosotros puede imaginar preguntas de este tipo usando el propio dominio de competencia: "¿Dónde se localiza la Isla Bainbridge?", "¿Cómo murió María, Reina de Escocia?", "¿Cuál de los dos continentes, Europa o África, tiene una mayor extensión costera?". Incluso si estas pocas preguntas lo hacen sentir algo desinformado, apreciará los resultados de este experimento (Ross et al., 1977).*

Todos tenían que saber que los maestros de ceremonias llevaban la ventaja. Sin embargo, tanto los concursantes como los observadores (aunque no los maestros de ceremonias) llegaron a la conclusión errada de que *en verdad tenían* más conocimientos que los concursantes (**figura 3.4**). Las investigaciones de seguimiento mostraron que estas impresiones erróneas no reflejan en absoluto una baja inteligencia social. Si acaso, los estudiantes universitarios y otras personas inteligentes y competentes tienen mayores probabilidades de cometer el error de atribución (Bauman y Skitka, 2010; Block y Funder, 1986).

En la vida real, las personas con poder social suelen iniciar y controlar las conversaciones, lo que a menudo lleva a sus subalternos a sobreestimar sus conocimiento e inteligencia (Jouffre y Croizet, 2016). Es frecuente, por ejemplo, que se suponga que los médicos son expertos en toda serie de temas que no tienen relación alguna con la medicina. De manera similar, los alumnos suelen sobrevalorar la inteligencia de sus maestros (al igual que en el experimento, los maestros hacen preguntas relacionadas con los temas vinculados a sus conocimientos

Al ver a un actor o actriz que representa el papel de héroe o villano, nos es difícil deshacernos de la ilusión de que la conducta descrita en el guión refleja alguna disposición interna. Glenn Close, quien ha representado a diversos personajes malévolos, desde la mujer asesina de conejos en *Atracción fatal* hasta la abogada desalmada en la serie televisiva *Daños y perjuicios* (*Damages*) es, en la vida real, una comprometida activista, cofundadora de una organización sin fines de lucro para aumentar la conciencia sobre las enfermedades mentales.
©Ga Fullner/Shutterstock

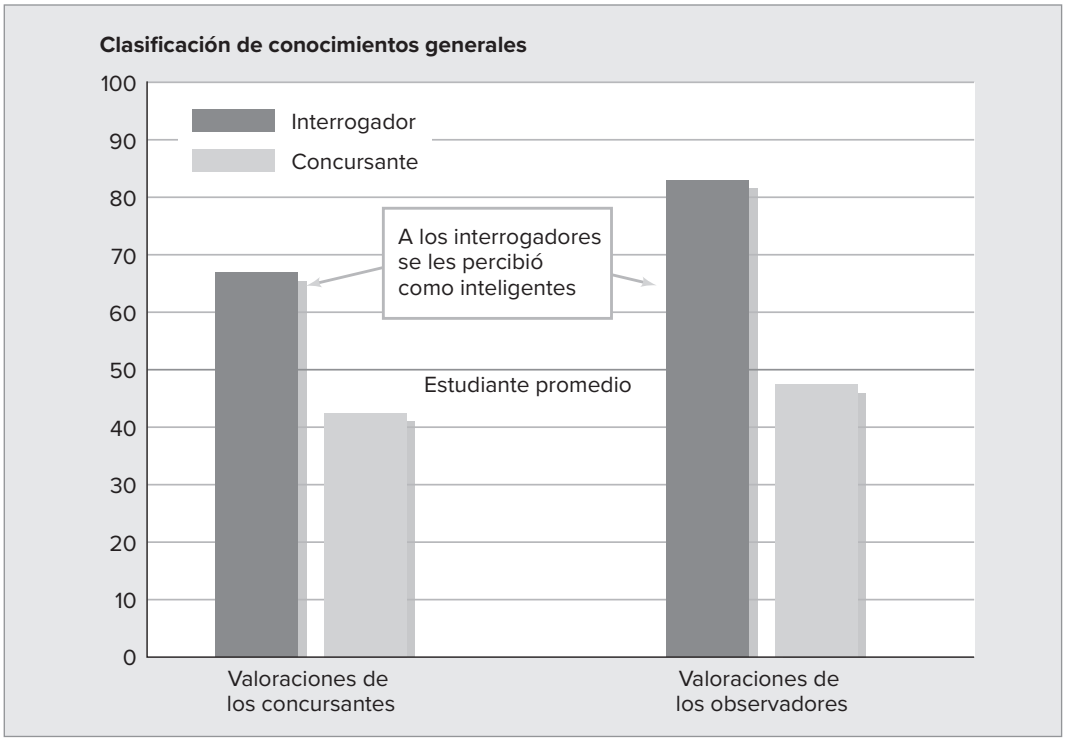


FIGURA 3.4

Tanto concursantes como observadores de un concurso de preguntas simulado supusieron que la persona a la que de manera aleatoria se le había asignado el papel de interrogador tenía muchos más conocimientos que los concursantes. En realidad, el papel asignado de examinador y de concursante tan solo hacía ver más inteligente al maestro de ceremonias del concurso. El no lograr darse cuenta de este hecho ilustra el error fundamental de atribución.
Fuente: Datos de Vallone et al., 1985.

* La Isla Bainbridge está localizada frente a Seattle, al otro lado del Estrecho de Puget. María fue decapitada por órdenes de su prima, la Reina Isabel I. Aunque el continente africano tiene casi el doble del área que el continente europeo, las costas de Europa son más extensas (son más accidentadas, con una variedad de puertos y entradas, un hecho geográfico que contribuyó a su papel en la historia del comercio marítimo).

particulares). Cuando, más tarde, algunos de estos alumnos se convierten en maestros, con frecuencia quedan sorprendidos al descubrir que sus maestros no eran tan brillantes después de todo.

Para ilustrar el error fundamental de atribución, la mayoría de nosotros no tiene que ir mucho más allá de las propias experiencias. Determinada a hacer algunos nuevos amigos, Nicole planta una sonrisa en su cara y acude a una fiesta. Todos los demás lucen relajados y felices mientras se ríen y hablan entre sí. Nicole se pregunta: "¿Por qué todo el mundo siempre se siente cómodo en estos grupos mientras que yo me siento incómoda y tensa?". En realidad, todos los demás también se sienten tensos y nerviosos, y están cometiendo el mismo error de atribución al suponer que Nicole y los demás *son* como *parecen*: confiados y alegres.

¿Por qué cometemos el error de atribución?

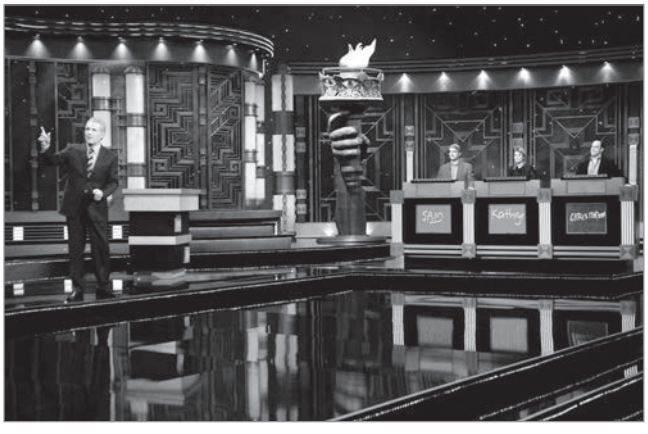
Hasta este momento, hemos visto que existe un sesgo en la manera en que explicamos el comportamiento de otras personas: es frecuente que ignoremos poderosos factores determinantes situacionales. ¿Por qué tendemos a subestimar los factores determinantes situacionales de la conducta de los demás, pero no de la nuestra?

PERSPECTIVA Y CONCIENCIA SITUACIONAL Los teóricos de la atribución han señalado que observamos a los demás desde una perspectiva diferente a la que utilizamos al observarnos a nosotros mismos (Jones, 1976; Jones y Nisbett, 1971). Cuando nosotros actuamos, el *ambiente* atrae nuestra atención. Cuando observamos el comportamiento de otra *persona*, dicha *persona* acapara el centro de nuestra atención y el ambiente se vuelve un tanto invisible. Si me siento enojado, es la situación la que me hace sentir de esa manera; pero si alguien más se enoja, es porque es una persona malhumorada.

A partir de un análisis de 173 estudios, Bertram Malle (2006) concluyó que la diferencia entre actor y observador a menudo es mínima. Cuando nuestras acciones nos parecen deliberadas y *admirables*, las atribuimos a nuestras propias buenas razones, no a la situación. Es cuando nos comportamos de manera *incorrecta* que tendemos a mostrar nuestras personalidades y atribuir nuestro comportamiento a la situación. Mientras tanto, es posible que alguien que nos esté observando infiera algún rasgo de manera espontánea.

Cuando algunas personas miraron un video de un sospechoso que confesaba durante una entrevista policiaca en la que las cámaras estaban enfocadas en él, percibían la confesión como genuina. Si, a diferencia de lo anterior, la cámara estaba enfocada sobre el detective, percibían que la confesión había sido más coaccionada (Lassiter et al., 2005, 2007; Lassiter e Irvine, 1986). *La perspectiva de la cámara* influyó en los juicios de culpabilidad que emitieron las personas incluso cuando el juez les pidió que no permitieran que esto sucediera (Lassiter et al., 2002).

En los tribunales, la mayoría de los videos de confesiones se enfocan en el confesor. Como podría esperarse, señalaron Daniel Lassiter y Kimberley Dudley (1991), tales videos arrojaban tasas de condena de casi 100% cuando los mostraban los fiscales. Conscientes de las investigaciones de Lassiter sobre el sesgo de la *perspectiva de la cámara*, en Nueva Zelanda y algunas partes de Canadá y Estados Unidos ahora se exige que los interrogatorios policiacos se filmen con el mismo enfoque en el oficial y el sospechoso.



Es frecuente que las personas atribuyan una inteligencia brillante a quienes someten a prueba los conocimientos de otros, como es el caso de maestros y conductores de programas de concursos.
©PAUL HAWTHORNE/AP Images

Considere lo siguiente: ¿suele ser callado, hablador o depende de la situación?

Una respuesta común es "Depende de la situación". De la misma manera, al pedirles que predijeran sus sentimientos dos semanas después de recibir sus calificaciones o de averiguar el desenlace de las elecciones nacionales de su país, las personas esperaron que la situación determinara sus emociones: subestimaban la importancia de sus propios temperamentos felices o pesimistas (Quoidbach y Dunn, 2010). Pero al pedirles que describieran a algún amigo o a sí mismos cinco años atrás, la mayoría de las personas asignaban descripciones de rasgos. *Cuando recordamos nuestro pasado, nos transformamos en observadores de otros* (Pronin y Ross, 2006). Para la mayoría de nosotros, nuestro "viejo yo" es alguien distinto al "yo verdadero" de la actualidad. Consideramos nuestras identidades pasadas como distantes (al igual

que nuestras identidades futuras) casi como si fueran otras personas que estuviesen ocupando nuestros cuerpos.

Todos estos experimentos señalan una razón que explica el error de atribución: *encontramos causas donde las buscamos*. Para ver esto en su propia experiencia, considere lo siguiente: ¿usted diría que su profesor de psicología social es una persona tímida o extravertida?

Es posible que decidiera que es bastante extravertido. Pero considere: su atención está centrada en su profesor al tiempo que él o ella se comportan de una forma acorde al contexto social que los obliga a hablar. El profesor también observa su propia conducta en diversas situaciones: en el salón de clases, en las juntas y en casa. "¿Yo, sociable?, podría preguntar el profesor. Pues todo depende de la situación. Cuando estoy en clase o con amigos cercanos, soy bastante extravertido. Pero en conferencias o situaciones desconocidas, soy bastante tímido". Debido a que estamos más que conscientes de la manera en que nuestro comportamiento varía según la situación, nos vemos más volubles que como nos ven otras personas (Baxter y Goldberg, 1987; Kammer, 1982; Sande et al., 1988). Lo que pensamos es: "Nigel es muy serio, pero Fiona es muy relajada. En mi caso, varía".

El error fundamental de atribución: los observadores subestiman la situación. Al entrar en una gasolinera, es posible que pensemos que la persona estacionada en la segunda bomba (y que está bloqueando el acceso a la primera) se está comportando de forma. Esa persona, que llegó cuando la primera bomba estaba en uso, atribuye su comportamiento a la situación.
Cortesía de Kathryn Brownson

DIFERENCIAS CULTURALES La cultura también influye en el error de atribución (Ickes, 1980; Watson, 1982). Una visión del mundo individualista occidental predispone a las personas a suponer que la gente, no las situaciones, ocasiona los sucesos. Las explicaciones con base en lo personal tienen una mayor aprobación social (Jellison y Green, 1981). "¡Tú puedes lograrlo!", nos asegura la psicología popular de la cultura occidental de pensamiento positivo. Obtienes lo que mereces y te mereces lo que tienes.

A medida que los niños occidentales crecen, aprenden a explicar el comportamiento de los demás en términos de sus características personales (Rholes et al., 1990; Ross, 1981). Cuando estaba en primer grado, uno de mis hijos [DM] ordenó las palabras "reja a la manga atrapó Tom su" en la oración "la reja atrapó a Tom su manga". Su maestro, aplicando las suposiciones culturales de Occidente, le dijo que su respuesta era incorrecta. La respuesta "correcta" localizaba la causa en Tom: "Tom atrapó su manga a la reja".

"Y en su imaginación empezó a recordar los mejores momentos de su agradable vida... Pero el niño que había experimentado tal dicha ya no existía más, era como la reminiscencia de alguien más".

—León Tolstói, *La muerte de Iván Ilich,* 1886

El error fundamental de atribución se presenta en diversas culturas (Krull et al., 1999). No obstante, las personas de culturas del este asiático son algo más sensibles que los occidentales a la importancia de las situaciones. Así, al percatarse del contexto social, están menos inclinados a suponer que el comportamiento de otras personas corresponde a sus rasgos (Choi et al., 1999; Farwell y Weiner, 2000; Masuda y Kitayama, 2004).

Algunos idiomas promueven las atribuciones externas. En lugar de "Rompí la lámpara", el idioma español nos permite decir "Se rompió la lámpara". En las culturas colectivistas, es menos frecuente que las personas perciban a los demás en términos de sus temperamentos personales (Lee et al., 1996; Zebrowitz-McArthur, 1988). Es menos probable que interpreten un comportamiento de manera espontánea como reflejo de alguna característica personal (Newman, 1993). Al informarles acerca de las acciones de alguien, los indios tienen menores probabilidades que los estadounidenses de ofrecer explicaciones disposicionales ("Ella es agradable") y mayores probabilidades de ofrecer explicaciones situacionales ("Sus amigos estaban con ella") (Miller, 1984).

El error fundamental de atribución es *fundamental* porque matiza nuestras explicaciones en formas básicas e importantes. Algunos investigadores de Gran Bretaña, India, Australia y Estados Unidos han encontrado que las atribuciones de las personas predicen sus actitudes hacia los pobres y los desempleados (Furnham, 1982; Pandey et al., 1982; Skitka, 1999; Wagstaff, 1983; Weiner et al., 2011). Aquellos que atribuyen la pobreza y el desempleo a disposiciones personales ("Es que son perezosos e indignos") tienden a adoptar posturas políticas poco empáticas hacia ese tipo de personas (**figura 3.5**). Esta

Enfocarse en la persona. ¿Usted inferiría que su profesor es sociable por naturaleza?
©dotshock/Shutterstock

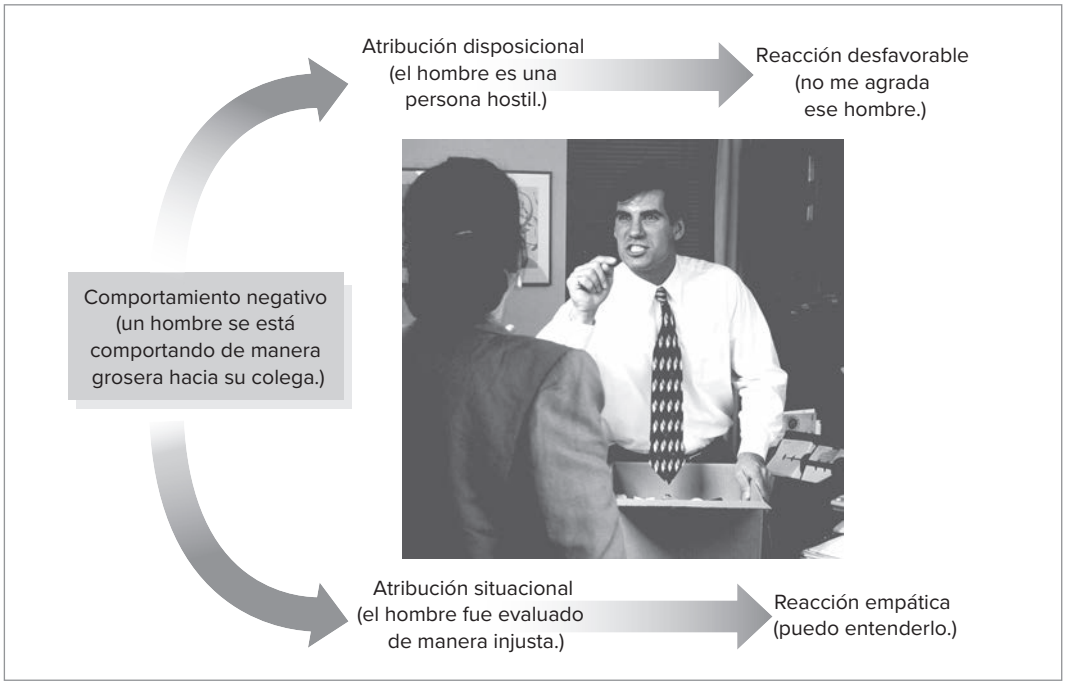


FIGURA 3.5
Atribuciones y reacciones
La manera en que explicamos el comportamiento negativo de alguien determina cómo nos sentimos respecto a la persona.
(fotografía): ©Esbin-Anderson/The Image Works

Bajo la influencia del alcohol, el enfoque de la atención de las personas se estrecha y las pone en mayores probabilidades de atribuir las acciones de otros, como un tropiezo accidental en un bar, a la intencionalidad (Begue et al., 2010). Considerar que dicho tropiezo o aparente agravio fue deliberado puede disparar una reacción exagerada.

El que los conservadores o los liberales ofrezcan mayores atribuciones situacionales dependerá del tema. Al explicar la pobreza, los liberales ofrecen mayores atribuciones situacionales. Al explicar el asesinato de civiles iraquíes a manos de soldados estadounidenses, los conservadores ofrecen mayores atribuciones situacionales (Morgan et al., 2010).

atribución disposicional adjudica el comportamiento a las disposiciones y rasgos de personalidad de la persona. Aquellos que hacen *atribuciones situacionales* ("Si usted o yo viviéramos en las mismas condiciones de hacinamiento, mala educación y discriminación, ¿tendríamos un mejor desempeño?") tienden a adoptar posiciones políticas que ofrecen un apoyo más directo a las personas en situación de pobreza. Díganos a qué atribuye la pobreza y le diremos cuáles son sus inclinaciones políticas.

¿Podemos beneficiarnos de estar conscientes del error de atribución? En alguna ocasión, serví de asistente [DM] para llevar a cabo algunas entrevistas para un puesto de docencia. Uno de los candidatos estuvo en una entrevista con seis de nosotros juntos; cada uno pudo hacerle dos o tres preguntas. Al terminar, pensé: "Qué tipo tan tieso y torpe". Entrevisté a un segundo candidato en privado, en una cafetería, y de inmediato descubrimos que teníamos un amigo cercano en común. Mientras hablábamos, quedé cada vez más impresionado por "lo cálido, interesante y estimulante" que era. Solo después recordé el error fundamental de atribución y revaloré mi análisis. Había atribuido la torpeza y la calidez de los dos candidatos a sus personalidades: de hecho, como me di cuenta, tales conductas se debían, en parte, a las diferencias situacionales de las entrevistas.

Por qué estudiamos los errores de atribución

El presente capítulo, al igual que el anterior, explica algunos de los defectos y falacias de nuestro pensamiento social. Leerlos puede hacer parecer, como me lo expresó uno de mis alumnos [DM] que, "los psicólogos sociales se divierten de lo lindo poniéndoles trampas a las personas". De hecho, aunque los experimentos puedan ser divertidos en ocasiones, no están diseñados para demostrar "lo tontos que son estos mortales". Su propósito formal es revelar la forma en que pensamos acerca de nosotros mismos y de los demás.

Si nuestra capacidad de ilusión y autoengaño parece sorprendente, recuerde que nuestros modos de pensamiento suelen ser adaptativos. El pensamiento ilusorio es un subproducto de las estrategias de la mente para simplificar la información compleja. Se asemeja a nuestros mecanismos perceptuales, que por lo general nos dan imágenes provechosas del mundo pero que, en ocasiones, nos llevan por caminos erróneos.

Una segunda razón por la que nos centramos en los sesgos de pensamiento, como el error fundamental de atribución, es humanitaria. Uno de los "grandes mensajes humanizadores" de la psicología social, como lo señalan Thomas Gilovich y Richard Eibach (2001), es que no siempre debemos responsabilizar a las personas por sus problemas: "Con mayor frecuencia de lo que la

gente está dispuesta a reconocer, el fracaso, la discapacidad y la mala fortuna son... producto de verdaderas causas ambientales".

Una tercera razón para enfocarnos en los sesgos es que son inconscientes y nos podemos beneficiar de tenerlos en mayor consideración. Lo mismo que en el caso de otros sesgos, como el de beneficio propio, las personas se consideran menos susceptibles que otras a los errores de atribución (Pronin, 2008). Es probable que usted encuentre más sorpresas, más retos y más beneficios de un análisis de errores y de sesgos que los que hallaría en una colección de testimonios a favor de la capacidad humana para la lógica y el logro intelectual. También esa es la razón por la que la literatura describe la arrogancia y otros defectos humanos con tanta frecuencia. La psicología social tiene por objeto exponernos a tales falacias de pensamiento en la esperanza de que nos volvamos más racionales, más conectados con la realidad y más receptivos al pensamiento crítico.

"La mayoría de la gente pobre no es perezosa... Toman el primer autobús. Crían a los niños de otras personas. Limpian las calles. No, no son perezosas.

—Reverendo Jesse Jackson, discurso ante la Convención Nacional Demócrata, julio de 1988

EN RESUMEN: ¿Cómo explicamos nuestros mundos sociales?

- La *teoría de la atribución* considera la forma en que explicamos el comportamiento de otras personas. Las *atribuciones erróneas* (atribuir un comportamiento a la fuente incorrecta) son un factor importante en el acoso sexual, ya que la persona que se encuentra en la posición de poder (casi siempre un hombre) malinterpreta la cordialidad como insinuación sexual.
- Aunque por lo general hacemos atribuciones razonables, es frecuente que cometamos el *error fundamental* de atribución cuando explicamos el comportamiento de otras personas. Adjudicamos de tal manera sus comportamientos a sus rasgos y características propias, que ignoramos las limitaciones situacionales, incluso cuando son evidentes. En parte, cometemos este error de atribución porque cuando vemos la conducta de alguien, la *persona* se convierte en el centro de nuestra atención y la situación se vuelve un tanto invisible. Cuando actuamos *nosotros*, nuestra atención suele centrarse en aquello a lo que estamos reaccionando: la situación es mucho más visible.

¿QUÉ IMPORTANCIA TIENEN NUESTRAS CREENCIAS SOCIALES?

Comprenda por qué son importantes nuestras expectativas sobre nuestros mundos sociales.

profecía autocumplida
Una creencia que conduce a su propia materialización.

Después de considerar la forma en que explicamos y juzgamos a los demás de manera eficiente y adaptativa pero, en ocasiones, errada, concluiremos el presente capítulo haciendo una reflexión acerca de los efectos de nuestros juicios sociales. ¿Importan nuestras creencias sociales? ¿Pueden cambiar la realidad?

Nuestras creencias y juicios sí importan. Influyen en la manera en que nos sentimos y actuamos y, al hacerlo, pueden ayudar a generar su propia realidad. Cuando nuestras ideas nos conducen a actuar en forma que producen su aparente confirmación, se convierten en lo que el sociólogo Robert Merton (1948) denominó **profecías autocumplidas**: creencias que conducen a su propia materialización. Si se les conduce a pensar que su banco está a punto de quebrar, los clientes correrán a retirar todo su dinero, con lo que sus percepciones falsas podrían crear dicha realidad, señaló Merton. Si a las personas se les hace creer que una acción está a punto de subir, eso es justo lo que sucederá (véase Enfoque: La profecía autocumplida del mercado bursátil).

En sus conocidos estudios sobre el *sesgo del experimentador*, Robert Rosenthal (1985, 2006) encontró que hay ocasiones en que los participantes satisfacen lo que suponen que los experimentadores esperan de ellos. En un estudio, los experimentadores pidieron a los sujetos que juzgaran

Rosenthal (2008) recuerda haber presentado un artículo que describía sus primeros trabajos relacionados con el sesgo del experimentador a una importante revista y a la competencia del premio

de la American Association for the Advancement of Science. El mismo día, un par de semanas después, recibió una carta de la revista en la que rechazaban su artículo y una de la asociación en la que le otorgaban el nombramiento de mejor investigación en ciencias sociales del año. En las ciencias, al igual que en la vida cotidiana, algunas personas aprecian lo que otras no, razón por la cual es frecuente que valga la pena hacer el intento una y otra vez, aun a pesar de los rechazos.

el éxito de las personas tras mirarlas en diversas fotografías. Los experimentadores les leyeron las mismas instrucciones a todos los participantes y les mostraron las mismas fotografías. Sin embargo, aquellos experimentadores que esperaban que los participantes vieran a las personas fotografiadas como exitosas obtuvieron calificaciones más elevadas que aquellos que esperaban que sus participantes vieran a las mismas personas como fracasadas. Incluso más sorprendentes, y polémicos, son los informes de que las creencias de los maestros acerca de sus alumnos sirven como profecías autocumplidas de ese mismo modo. ¿Si un maestro cree que un alumno es bueno para las matemáticas, le irá bien a dicho alumno? Analicémoslo.

EXPECTATIVAS DE LOS MAESTROS Y DESEMPEÑO DE LOS ALUMNOS

Es cierto que los maestros tienen expectativas superiores de algunos alumnos que de otros. Es posible que usted haya detectado esto después de que alguno de sus hermanos o hermanas lo haya precedido en la escuela y se le haya considerado dotado o con problemas de aprendizaje o que haya tomado cursos avanzados. Es posible que las conversaciones en la sala de maestros le hayan creado una reputación antes de su llegada. O tal vez sus nuevos maestros hayan echado una mirada a sus registros escolares o hayan descubierto el nivel socioeconómico de su familia. Es claro que las valoraciones de los maestros se correlacionan con el desempeño de los alumnos: los maestros piensan bien de los alumnos a los que les va bien. En términos generales, eso se debe a que los maestros tienen una percepción acertada de las capacidades y logros de sus alumnos. "Cerca de 75% de la correlación entre las expectativas de los maestros y el logro futuro de sus alumnos es precisa", informan Lee Jussim, Stacy Robustelli y Thomas Cain (2009).

Enfoque

La profecía autocumplida del mercado bursátil

La noche del 6 de enero de 1981, Joseph Granville, popular consejero financiero de Florida, les escribió a sus clientes: "Las acciones de la bolsa tendrán una caída precipitosa; vendan todo mañana". Pronto circularon rumores del consejo de Granville y el 7 de enero se convirtió en el día de mayores transacciones bursátiles en la historia de la Bolsa de Valores de Nueva York. En total, el valor de las acciones sufrió una pérdida de 40 mil millones de dólares.

Hace casi medio siglo, John Maynard Keynes comparó la psicología del mercado accionario con los concursos de belleza populares que en ese entonces llevaban a cabo los periódicos londinenses. Para ganar, uno tenía que seleccionar las seis caras, de entre cien, que los demás concursantes del periódico elegirían con mayor frecuencia. Así, como señaló Keynes: "Cada competidor tenía que elegir no aquellos rostros que a él o ella le parecieran los más bellos, sino aquellos que pensara que con mayor probabilidad agradarían a los demás competidores".

De la misma manera, los inversionistas tratan de elegir no las acciones que más atractivas les parezcan, sino aquellas que favorecerán a otros inversionistas. A esto se le denomina predecir el comportamiento de los demás. Como lo explicó un analista de Wall Street: "Podrás estar de acuerdo o no con el punto de vista de Granville; pero eso suele no importar en lo absoluto". Si usted cree que su consejo hará que otros vendan, querrá vender con velocidad, antes de que la cotización de las acciones caiga todavía más. Si espera que otros compren, querrá comprar antes de que el precio de las acciones suba demasiado.

El lunes 19 de octubre de 1987, la profecía autocumplida de la bolsa de valores se fue al extremo cuando el Promedio Industrial Dow Jones perdió 20%. Parte de lo que sucede durante estas caídas precipitosas es que los medios y la rumorología se centran en cualquier mala noticia que pueda explicarlas. Una vez que se reportan, estos artículos noticiosos que ofrecen alguna explicación disminuyen todavía más las expectativas de las personas, lo que hace que los precios caigan aún más. El proceso también funciona en reversa y amplifica las buenas noticias cuando los precios de la bolsa van en ascenso.

En abril del 2000, el volátil mercado tecnológico volvió a demostrar esa misma profecía autocumplida, ahora denominada "inversión según la tendencia del mercado". Después de dos años de comprar acciones de manera entusiasta (porque los precios iban a la alza), las personas empezaron a vender con afán (porque los precios iban a la baja). Estas variaciones extremas del mercado (exuberancia irracional seguida de un colapso) son principalmente autogeneradas, señaló el economista Robert Shiller (2005). En 2008 y 2009, la psicología de mercado volvió a ir en picada al reventarse otra burbuja más.

Pero, ¿acaso las valoraciones de los maestros son la causa del desempeño estudiantil, así como una consecuencia de este? Un estudio correlacional con 4 300 niños británicos sugirió que podría ser así; los alumnos cuyos maestros esperaban que tuvieran un buen desempeño, de hecho lo tenían (Crano y Mellon, 1978). Pero no solo se presenta un buen desempeño después de valoraciones elevadas por parte de los maestros; lo opuesto también sucede: los juicios de los maestros predijeron el desempeño posterior de sus alumnos incluso más allá de sus capacidades actuales (Sorhagen, 2013).

¿Existe alguna manera de comprobar este efecto de las expectativas del maestro en forma experimental? Imagine que le diéramos a un maestro la impresión de que Olivia, Emma, Ethan y Manuel, cuatro alumnos seleccionados de manera aleatoria, son muy capaces. ¿El maestro les dará un trato especial a los cuatro y les exigirá un mayor rendimiento? En un experimento ahora famoso, Rosenthal y Lenore Jacobson (1968) informaron justo eso. Los niños seleccionados de manera aleatoria en una escuela primaria de San Francisco, a quienes se les dijo (con base en una prueba ficticia) que estaban al borde de un espectacular aumento intelectual en realidad presentaron dicho aumento en puntuaciones de coeficiente intelectual (CI).

El drástico resultado pareció sugerir que los problemas escolares de los niños "desaventajados" podrían reflejar las bajas expectativas de sus maestros. Los hallazgos pronto se publicitaron en los medios masivos, así como en diversos libros de texto. No obstante, algunos análisis adicionales, que no recibieron la misma cantidad de publicidad, revelaron que el efecto de las expectativas del maestro no era tan poderoso ni tan confiable como hizo creer el estudio a muchas personas (Jussim et al., 2009; Spitz, 1999). Según cálculos de Rosenthal, las expectativas afectaron el desempeño de manera significativa en solo cerca de 4 de cada 10 de los casi 500 experimentos publicados (Rosenthal, 1991, 2002). Las bajas expectativas no condenan a los niños capaces, ni las expectativas elevadas transforman por arte de magia a un niño con problemas en el alumno más brillante de la escuela. La naturaleza humana no es así de maleable.

Las expectativas que la persona supone de sí misma y que se asocian con el propio género ("Las mujeres son malas para las matemáticas") o la propia raza ("Los negros no tienen un buen desempeño en pruebas de aptitud") pueden generar ansiedad que afecta las puntuaciones de prueba. Si se elimina esta "amenaza del estereotipo" el desempeño puede mejorar.

No obstante, las expectativas elevadas sí parecen ayudar a los alumnos de bajo rendimiento, para quienes la actitud positiva de un maestro puede ser una bocanada esperanzadora de aire fresco (Madon et al., 1997). ¿Cómo se transmiten tales expectativas? Rosenthal y otros investigadores informaron que los maestros miran, sonríen e inclinan la cabeza más hacia los estudiantes de potencial elevado. También es posible que los maestros les enseñen más a los alumnos dotados, que establezcan metas superiores para ellos, que los hagan participar más y que les den más tiempo para que respondan (Cooper, 1983; Harris y Rosenthal, 1985, 1986; Jussim, 1986).

Juzgar la calidez y entusiasmo generales de un maestro o profesor no requiere más que de un breve segmento de su comportamiento: de apenas unos segundos (Ambady y Rosenthal, 1992, 1993).

En un estudio, se filmó a maestros mientras hablaban a, o acerca de alumnos, no vistos de quienes tenían expectativas altas o bajas. Un fragmento aleatorio de 10 segundos, ya fuera de la voz o del rostro del maestro, fue suficiente para indicarles a los observadores, tanto niños como adultos, si se trataba de un alumno bueno o malo y de lo mucho o poco que le agradaba al maestro (en efecto, leyó bien: 10 segundos). Aunque los maestros crean que pueden ocultar sus sentimientos y comportarse de manera imparcial ante la clase, los estudiantes son muy sensibles a las expresiones faciales y movimientos corporales de los maestros (Babad et al., 1991).

¿Y qué hay sobre el *efecto* que las expectativas de los *alumnos* tienen sobre sus maestros? Sin duda, habrá iniciado muchos de sus cursos después de oír que "el profesor Smith es muy interesante" o que "el profesor Jones es aburridísimo". Robert Feldman y Thomas Prohaska (1979; Feldman y Theiss, 1982) encontraron que tales expectativas podían afectar tanto a maestros como a alumnos. Los estudiantes que esperaban recibir clases de maestros excelentes percibían al profesor (que no estaba al tanto de tales expectativas) como más competente e interesante que los alumnos con bajas expectativas. Además, los alumnos terminaban aprendiendo más. En un experimento posterior, las mujeres a las que se les informó de manera falsa que su instructor era sexista tuvieron experiencias menos positivas con él, además de un peor desempeño, y lo clasificaron como

¿A qué grado influyen las expectativas del maestro en el desempeño de los alumnos?
©Monkey Business Images/Shutterstock

menos competente que las mujeres a las que no se les dio la expectativa relacionada con el sexismo (Adams et al., 2006).

¿Estos resultados se debieron exclusivamente a las percepciones de los alumnos o también a una profecía autocumplida que afectó al maestro? En un seguimiento, Feldman y Prohaska (1979) filmaron a maestros y pidieron a observadores que calificaran su desempeño. Se juzgó más capaces a los maestros cuando se les asignaba a un alumno que comunicaba sus expectativas positivas de manera no verbal.

Para ver si tales efectos también podrían ocurrir en aulas verdaderas, un equipo de investigación dirigido por David Jamieson (Jamieson et al., 1987) experimentó con cuatro clases de nivel medio superior en Ontario donde enseñaba un maestro recién transferido a la escuela. Durante entrevistas individuales, les dijeron a los estudiantes de dos de las clases, que tanto otros alumnos como los investigadores, habían dado valoraciones muy elevadas al maestro. En comparación con las clases de control, los alumnos a los que se les dieron expectativas positivas prestaron mayor atención durante la clase. Al final de la unidad enseñada, también obtuvieron mejores calificaciones y valoraron al maestro como más claro en sus explicaciones. Las actitudes que la clase tiene hacia su maestro son tan importantes, al parecer, como las actitudes de los maestros hacia sus alumnos.

OBTENER LO QUE ESPERAMOS DE OTROS

Así entonces, las expectativas de experimentadores y de maestros, aunque suelen ser acertadas, en ocasiones actúan como profecías autocumplidas. En términos generales, nuestras percepciones de los demás son más acertadas que sesgadas (Jussim, 2012). Las profecías autocumplidas tienen un poder no tan extraordinario. Sin embargo, hay ocasiones en que las profecías autocumplidas sí operan en entornos laborales (con gerentes que tienen expectativas altas o bajas), en los tribunales (cuando los jueces instruyen a los jurados) y en contextos policiales simulados (cuando los interrogadores con expectativas de culpabilidad o inocencia interrogan y presionan a los sospechosos) (Kassin et al., 2003; Rosenthal, 2003, 2006). Los adolescentes cuyos padres pensaban que habían probado la marihuana, aunque no lo habían hecho, tuvieron mayores probabilidades de probarla más adelante (Lamb y Crano, 2014).

¿Las profecías autocumplidas matizan nuestras relaciones personales? En ocasiones, las expectativas negativas de alguien nos conducen a portarnos de manera muy agradable con esa persona, lo que la induce a ella a comportarse de igual manera con nosotros, algo que contradice nuestras expectativas. Pero un hallazgo más común en estudios de interacción social es que, sí, hasta cierto grado, obtenemos lo que esperamos (Olson et al., 1996).

En juegos de laboratorio, la hostilidad casi siempre genera hostilidad: si alguien cree que un oponente será poco cooperativo, dicho oponente responderá comportándose de manera poco cooperativa (Kelley y Stahelski, 1970). El que cada parte perciba a la otra como agresiva, resentida y vengativa induce que la otra muestre dichas conductas en defensa propia, creando así un círculo vicioso permanente. En otro experimento, las personas anticiparon que se relacionarían con otra de raza distinta. Al llevarlos a esperar que a dicha persona le desagradara interactuar con alguien de su raza, se sintieron más enojados y mostraron una mayor hostilidad hacia la persona (Butz y Plant, 2006). Del mismo modo, el que alguien espere que la pareja esté de buenas o de malas podría afectar la manera en que se comporte hacia él o ella, lo que lo inducirá a confirmar la creencia original.

Según las investigaciones de Sandra Murray, ver solo las virtudes de la propia pareja tiene beneficios.
©IKO/123RF

Entonces, ¿las relaciones íntimas prosperan cuando los miembros de la pareja se idealizan entre sí? ¿Las ilusiones positivas de las virtudes del otro son autocumplidas? ¿O es más frecuente que sean contraproducentes al crear expectativas más elevadas imposibles de satisfacer? Entre las parejas de la Universidad de Waterloo que siguieron Sandra Murray y sus colaboradores (1996a, 1996b, 2000), los ideales positivos de la propia pareja eran un buen presagio. La idealización ayudaba a amortiguar los conflictos, a potenciar la satisfacción y a convertir a aquellos que se percibían a sí mismos como sapos en príncipes y princesas. Cuando alguien nos ama y nos admira, nos ayuda a convertirnos en la persona que él o ella imaginan que somos.

Cuando las parejas lidian con conflictos, los optimistas esperanzados y sus parejas tienden a percibir que cada cual participa de manera

constructiva. En comparación con aquellas personas que tienen expectativas más pesimistas, se sienten más apoyados y satisfechos con los resultados (Srivastava et al., 2006). También entre cónyuges, aquellos que se preocupan de que su pareja no los ame y acepte, perciben las pequeñas faltas como rechazos, lo que los motiva a devaluar a su pareja y a distanciarse. Aquellos que suponen que cuentan con el amor y aceptación de sus parejas reaccionan de manera menos defensiva, le dan menor importancia a los eventos estresantes y tratan mejor a sus parejas (Murray et al., 2003). El amor ayuda a crear su propia realidad probable.

Varios de los experimentos que llevó a cabo Mark Snyder (1984) en la Universidad de Minnesota muestran cómo, una vez formadas, las creencias erróneas acerca del mundo social puede inducir a los demás a confirmar tales creencias, un fenómeno denominado **confirmación conductual**. Por ejemplo, algunos estudiantes varones hablaron por teléfono con mujeres que pensaban que eran atractivas o poco atractivas (por una fotografía que se les había mostrado). La mujer en teoría más atractiva habló con mayor calidez que la mujer que se suponía no era tan atractiva. Las creencias erróneas de estos varones se habían convertido en una profecía autocumplida al llevarlos a actuar de una forma que indujera a las mujeres a satisfacer el estereotipo de los hombres de que las personas bellas son deseables (Snyder et al., 1977).

confirmación conductual
Tipo de profecía autocumplida en la que las expectativas sociales de las personas las conducen a comportarse de maneras que provocan que otros confirmen sus expectativas.

La confirmación conductual también sucede cuando las personas interactúan con parejas que tienen creencias erróneas. Las personas que otros creen que son solitarias se comportan de manera menos sociable (Rotenberg et al., 2002). Las personas que creen que son aceptadas y queridas se comportan con mayor calidez; por lo que las aceptan y quieren (Stinson et al., 2009). Los hombres que otros creen que son sexistas se comportan de manera menos favorable hacia las mujeres (Pinel, 2002). Los candidatos laborales que la gente cree que son cálidos se comportan de manera más cálida.

Imagine que usted es uno de 60 hombres y de 60 mujeres jóvenes en un experimento de Robert Ridge y Jeffrey Reber (2002). Cada hombre debe entrevistar a una mujer para el puesto de maestra asistente. Antes de hacerlo, se le dice o bien que ella se siente atraída hacia él (con base en sus respuestas a un cuestionario biográfico) o que no se siente atraída (imagine que le dicen que alguien a quien usted está a punto de conocer informó tener un interés considerable en llegar a conocerlo o conocerla y en salir con usted o que no tiene interés alguno). El resultado fue la confirmación conductual: las candidatas que se creía sentían atracción se mostraron más coquetas (sin darse cuenta de que lo estaban siendo). Ridge y Reber creen que este proceso, al igual que el fenómeno de la atribución errónea que se discutió con anterioridad, podría ser una de las raíces del acoso sexual. Si el comportamiento de una mujer parece confirmar las creencias del hombre, es posible que aumente sus insinuaciones hasta que se vuelvan lo bastante evidentes como para que la mujer las reconozca e interprete como inapropiadas o acosadoras.

"Mientras más la trataba como si en verdad fuese muy agradable, Lotty se volvía más efusiva para volverse muy agradable y él, afectado a su vez, se volvía más agradable en sí; de tal suerte que daban vueltas y más vueltas, no en un círculo vicioso, sino en uno muy virtuoso".

—Elizabeth Von Arnim, *Abril encantado,* 1922

Las expectativas también influyen en el comportamiento de los niños. Después de observar la cantidad de basura desechada fuera de su lugar en tres salones, Richard Miller y sus colaboradores (1975) les pidieron a los maestros y a otras personas que dijeran a los alumnos de una de las aulas que debían ser limpios y ordenados. Esta persuasión aumentó la cantidad de basura que se depositaba en los botes asignados de 15 a 45%, pero solo de manera temporal. A los alumnos de otra de las aulas, que también había estado colocando la basura en los cestos solo 15% de las veces, se les felicitó en repetidas ocasiones por ser tan limpios y ordenados. Después de ocho días de escuchar esto mismo, e incluso dos semanas después, los niños estaban satisfaciendo las expectativas que se tenían de ellos colocando más de 80% de la basura en los cestos designados para ello. Dígales a los niños que son trabajadores y amables (en lugar de afirmar que son perezosos y malvados) y es posible que traten de estar a la altura.

En términos generales, estos experimentos nos ayudan a comprender la manera en que las creencias sociales, como los estereotipos acerca de las personas con discapacidades o de personas de una raza o sexo particular, pueden confirmarse a sí mismas. La manera en que otros nos tratan refleja la forma en que nosotros y otras personas los hemos tratado.

Confirmación conductual. Si cada una de estas personas se siente atraída por la otra, pero presupone que el sentimiento no es recíproco, es posible que actúe de manera distante para evitar sentirse rechazada; además de que supondrá que el alejamiento de la otra persona confirma sus presuposiciones. Danu Stinson y colaboradores (2009) señalan que esta "inhibición autodefensiva de la calidez" condena al fracaso a algunas relaciones potenciales.
©Alija/Getty Images

EN RESUMEN: ¿Qué importancia tienen nuestras creencias sociales?

- En ocasiones, nuestras creencias adquieren vida propia. Por lo general, lo que creemos de otros tiene una base en la realidad; pero algunos estudios del sesgo del experimentador y de las expectativas de los maestros nos muestran que la creencia errónea de que algunas personas son muy capaces (o incapaces) puede llevar a maestros e investigadores a dar un trato especial a dichas personas. Eso puede evocar un desempeño superior (o inferior) y, por ende, dar la impresión de que se está confirmando una suposición que, de hecho, es falsa.
- De la misma manera, en la vida cotidiana es frecuente que obtengamos una *confirmación conductual* de lo que esperamos. Si se nos dice que una persona a la que estamos a punto de conocer es inteligente y atractiva, es posible que, después de reunirnos con ella, nos vayamos impresionados por lo inteligente y atractiva que es.

¿QUÉ PODEMOS CONCLUIR ACERCA DE LAS CREENCIAS Y JUICIOS SOCIALES?

Considere la naturaleza humana a través de la psicología social cognitiva.

Los estudios de la cognición social revelan que nuestros mecanismos de procesamiento de la información son sorprendentes en cuanto a su eficiencia y capacidad de adaptación ("en entendimiento, ¡qué semejantes a un dios!", exclama el Hamlet de Shakespeare). Sin embargo, también somos vulnerables a errores y juicios incorrectos que son predecibles ("mollera llena de paja", decía T. S. Eliot). ¿Qué lecciones prácticas y conocimientos acerca de la naturaleza humana podemos obtener de estas investigaciones?

Hemos revisado las razones por las que las personas a veces se forman falsas creencias. No podemos descartar estos estudios con facilidad: la mayoría de sus participantes eran personas inteligentes, a menudo estudiantes de universidades importantes. Además, las puntuaciones de inteligencia de las personas no se correlacionan con su vulnerabilidad a diversos sesgos de pensamiento (Stanovich y West, 2008). Uno puede ser muy inteligente y exhibir un juicio en verdad deficiente.

Esforzarse tampoco elimina los sesgos de pensamiento. Estas distorsiones y sesgos predecibles sucedían incluso cuando la recompensa por la respuesta correcta motivaba a las personas a pensar de manera óptima. Como concluyó un investigador, estas ilusiones "tienen una cualidad persistente semejante a la de las ilusiones perceptuales" (Slovic, 1972).

Así, la investigación en psicología social cognitiva refleja los análisis dispares que se le han dado a la humanidad en la literatura, la filosofía y la religión. Muchos investigadores en psicología se han pasado la vida entera explorando las asombrosas capacidades de la mente humana. Somos lo bastante inteligentes como para haber descifrado nuestro propio código genético, como para haber inventado computadoras parlantes y como para haber enviado a personas a la Luna. Tres hurras por la razón humana.

Bueno, dos hurras: porque la preponderancia que la mente le da al juicio eficiente hace que nuestras intuiciones sean más vulnerables a los errores de juicio de lo que podríamos sospechar. Con una facilidad impresionante, formamos y sostenemos creencias falsas. Guiados por nuestras preconcepciones, sintiéndonos confiados en exceso, convencidos por anécdotas impresionantes y percibiendo correlaciones y control incluso donde no existen, construimos nuestras creencias sociales y después influimos en los demás para que las confirmen. "El intelecto desnudo", observó la novelista Madeleine L'Engle, "es un instrumento demasiado impreciso".

"Al crear estos problemas no nos hicimos el propósito de engañar a las personas. Todos nuestros problemas también nos engañaron a nosotros".

—Amos Tversky (1985)

¿Pero acaso estos experimentos se han limitado a ser trucos intelectuales que se llevan a cabo a expensas de participantes incautos para hacerlos parecer peores de lo que son? Richard Nisbett y Lee Ross (1980) sostienen que, si acaso, los procedimientos de laboratorio sobreestiman nuestros

poderes de intuición. Los experimentos a menudo presentan a las personas evidencia contundente y les advierten que su capacidad de razonamiento se está poniendo a prueba. Rara es la ocasión en que la vida real nos dice: "Aquí está esta evidencia. Ahora ponte a pensar y responde las siguientes preguntas".

"Como aguas profundas es el consejo en el corazón del hombre; mas el hombre entendido lo alcanzará".

—Proverbios 20:5

Es frecuente que nuestros defectos cotidianos sean inconsecuentes, pero no siempre es así. Las impresiones, interpretaciones y creencias falsas pueden tener consecuencias graves. Incluso los sesgos más pequeños pueden tener efectos sociales profundos cuando se emiten juicios sociales significativos: ¿Por qué hay tantas personas indigentes? ¿Infelices? ¿Homicidas? ¿Mis amigos me aman a mí o a mi dinero? Incluso, los sesgos cognitivos se arrastran al interior del pensamiento científico sofisticado. La naturaleza humana casi no ha cambiado en los 3 000 años que han pasado desde que el escritor de salmos del Viejo Testamento observó que "nadie puede ver sus propios errores".

¿Es eso demasiado cínico? Leonard Martin y Ralph Erber (2005) nos invitan a imaginar que un ser inteligente aterriza en nuestro planeta y nos ruega que le demos información que lo ayude a comprender la especie humana. Cuando usted le entrega este libro de psicología social, el alienígena le da las gracias y sale disparado de vuelta a su planeta. ¿Cómo se sentiría de haberle ofrecido el análisis que la psicología social ha hecho de la vida humana? Joachim Krueger y David Funder (2003a, 2003b) no se sentirían muy satisfechos. Argumentan que la preocupación de la psicología social respecto de los defectos humanos necesita equilibrarse con "una perspectiva más positiva de la naturaleza humana".

Nuestro colega, el psicólogo social Lee Jussim (2005, 2012) coincide y añade: "A pesar de la tan demostrada existencia de la infinidad de fallas lógicas y sesgos sistemáticos en el juicio y percepción social del lego, como el error fundamental de atribución, el falso consenso, la dependencia excesiva en heurísticas imperfectas, el sesgo en beneficio propio, etc., las percepciones que las personas tienen las unas de las otras son sorprendentemente precisas (aunque rara vez perfectas)". El elegante análisis de las imperfecciones de nuestro pensamiento es, en sí mismo, un tributo a la sabiduría humana. Si argumentáramos que todo pensamiento humano es ilusorio, dicha aseveración se refutaría a sí misma porque ella, también, no sería más que una ilusión. Sería el equivalente lógico a afirmar: "Toda generalización es falsa, incluyendo esta".

"Los errores cognitivos... existen en la actualidad porque condujeron a la supervivencia y a la ventaja reproductiva de los humanos del pasado".

—Martie Haselton y David Buss (2000), psicólogos evolutivos

De la misma manera en que la medicina supone que cada órgano y sistema del cuerpo tiene una función, los científicos de la conducta suponemos que nuestras modalidades de pensamiento y conducta son adaptativos. Las reglas de pensamiento que producen las creencias falsas y la intuición deficiente casi siempre nos resultan de utilidad. A menudo, los errores son un subproducto de los atajos mentales que simplifican la compleja información que recibimos.

El psicólogo ganador del premio Nobel, Herbert Simon (1957), fue uno de los primeros investigadores que describieron los límites de la razón humana. Simon sostiene que para poder lidiar con la realidad, la simplificamos. Considere la complejidad del juego de ajedrez: el número de juegos posibles es mayor que el número de partículas en el universo. ¿Cómo lo afrontamos? Adoptamos algunas reglas simplificadoras: la heurística. En ocasiones, dicha heurística nos conduce al fracaso, pero también nos permite emitir juicios apresurados que son eficientes.

Del mismo modo, el pensamiento ilusorio puede surgir de la heurística provechosa que auxilia nuestra supervivencia. En muchos sentidos, la heurística nos hace inteligentes (Gigerenzer y Gaissmaier, 2011). La creencia en nuestro poder para controlar sucesos nos ayuda a mantener la esperanza y el esfuerzo. Si hay veces en que las cosas se encuentran bajo nuestro control y veces en que no, maximizamos nuestros resultados por medio del pensamiento positivo. El optimismo produce dividendos. Incluso podríamos decir que nuestras creencias son como teorías científicas: hay veces en que están erradas, pero son de utilidad a modo de generalizaciones. Como lo expresó la psicóloga social, Susan Fiske (1992): "Pensamos para hacer".

"El espíritu de la libertad es aquel que no está del todo seguro de que esté en lo correcto; el espíritu de la libertad es aquel que busca entender la mente de otros hombres y mujeres; el espíritu de la libertad es aquel que sopesa los intereses de aquellos, junto con los propios, sin sesgo alguno".

—Learned Hand, "The Spirit of Liberty" ("El espíritu de la libertad"), 1952

¿Es posible reducir los errores de nuestro pensamiento social? En la escuela, los maestros de matemáticas enseñan, enseñan y enseñan hasta que nuestra mente queda entrenada para procesar la información numérica de forma precisa y automática. Suponemos que tal capacidad no nos viene por naturaleza; al contrario, ¿por qué molestarnos con tantos años de formación? El psicólogo experimental, Robyn Dawes (1980a, 1980b), desanimado porque "estudio tras estudio han demostrado [que] las personas tienen capacidades muy limitadas para procesar la información a nivel consciente, en especial la información social", ha sugerido que enseñemos, enseñemos y enseñemos a las personas a procesar la información social.

Richard Nisbett y Lee Ross (1980) coinciden en que la educación en verdad podría reducir nuestra vulnerabilidad a ciertos tipos de error. Ofrecen las siguientes recomendaciones:

- Capacitar a las personas para que reconozcan las fuentes probables de error en su propia intuición social.
- Establecer cursos de estadística orientados a problemas cotidianos de lógica y juicio social. Al recibir este tipo de capacitación, es un hecho que las personas adquieren un mejor razonamiento relacionado con cuestiones cotidianas (Lehman et al., 1988; Nisbett et al., 1987).
- Lograr que la enseñanza sea más eficaz ilustrándola con bastantes anécdotas y ejemplos concretos y vívidos de la vida cotidiana.
- Enseñar consignas memorables y útiles como: "Es una cuestión empírica, ¿de dónde se obtuvo la muestra?" o "Podrás mentir con la estadística, pero un ejemplo bien planteado sirve más".

EN RESUMEN: ¿Qué podemos concluir acerca de las creencias y juicios sociales?

Las investigaciones acerca de creencias y juicios sociales nos revelan cómo formamos y sostenemos creencias que en general son de utilidad pero que en ocasiones nos hacen perder el camino. Es por ello que una psicología social equilibrada nos puede hacer apreciar tanto los poderes como los peligros del pensamiento social.

POSDATA: Una reflexión acerca del pensamiento ilusorio

"Priva al hombre promedio de sus ilusiones en la vida y lo privarás también de su felicidad".

—Henrik Ibsen, *El pato salvaje,* 1884

"Mientras más poderoso seas, mayor será el impacto que tus acciones tengan sobre la gente y mayor será tu responsabilidad de actuar con humildad. Si no lo haces, el poder te arruinará y tú arruinarás a los demás".

—Papa Francisco, charla TED, 2017

¿La investigación relacionada con los errores cognitivos nos resulta demasiado vergonzosa? Con seguridad somos capaces de reconocer la dura realidad de nuestras limitaciones humanas y, de todos modos, seguir solidarizándonos con el mensaje más profundo de que las personas somos más que máquinas. Nuestras experiencias subjetivas conforman nuestra humanidad: nuestro arte y música, nuestro deleite en la amistad y el amor, nuestras vivencias místicas y religiosas.

Los psicólogos cognitivos y sociales que exploran el pensamiento ilusorio no buscan reconfigurarnos como máquinas lógicas carentes de sentimientos. Saben que las emociones enriquecen la experiencia humana y que las intuiciones son una fuente importante de ideas creativas. Sin embargo, añaden el aleccionador recordatorio de que nuestra susceptibilidad al error también deja en claro la necesidad de una capacitación disciplinada de la mente. El escritor estadounidense Norman Cousins (1978) llamó a esto, "la verdad más grande del aprendizaje: que su propósito es liberar la mente humana y convertirla en un órgano capaz de pensamiento: pensamiento conceptual, pensamiento analítico, pensamiento secuencial".

Las investigaciones acerca del error y la ilusión en el juicio social nos recuerdan "no juzgues"; nos hacen recordar, con una pizca de humildad, nuestro potencial para juzgar mal. También nos alienta a no sentirnos intimidados por la arrogancia de aquellos que no pueden ver su propio potencial de sesgo y error. Los seres humanos somos criaturas maravillosas e inteligentes, pero falibles. Tenemos dignidad, pero no deidad.

Esta humildad y desconfianza de la autoridad humana se encuentran al centro tanto de la religión como de la ciencia. Con razón tantos de los fundadores de la ciencia moderna eran personas religiosas cuyas convicciones los predisponían a ser humildes ante la naturaleza y escépticos ante la autoridad humana (Hooykaas, 1972; Merton, 1938). La ciencia siempre implica una interacción entre intuición y comprobación rigurosa, entre corazonadas creativas y escepticismo. Separar la realidad de la ilusión requiere una curiosidad de mente abierta y un rigor empecinado. Esta perspectiva podría ser una actitud adecuada ante cualquier cosa en la vida: ser críticos, pero no cínicos; curiosos, pero no crédulos; abiertos, pero no manipulables.

Comportamiento y actitudes

CAPÍTULO

4

©JGI/Jamie Grill/Getty Images

"El antepasado de toda acción es un pensamiento".

—Ralph Waldo Emerson, *Ensayos (Primera serie),* 1841

¿Qué tanto de lo que *somos* (al interior) predice lo que hacemos (al exterior)? Los filósofos, teólogos y educadores especulan acerca de las relaciones entre actitudes y acciones, carácter y conducta, mundo privado y hechos públicos. Detrás de la mayoría de las enseñanzas educativas, de la orientación psicológica y de la crianza paterna se encuentra una simple suposición: nuestras creencias y sentimientos privados determinan nuestro comportamiento público; así que si queremos cambiar la conducta, primero debemos cambiar los corazones y las mentes.

En un principio, los psicólogos sociales coincidían: conocer las actitudes de la gente basta para predecir sus actos. Los asesinos genocidas y los terroristas suicidas tienen actitudes extremas que pueden conducir a comportamiento extremo. Los países cuyo pueblo detesta a los líderes de otro país tienen mayor probabilidad de producir actos terroristas contra ellos (Krueger y Malečková, 2009). Los sentimientos de odio engendran conducta violenta.

¿Qué tan bien nuestras actitudes predicen nuestro comportamiento?

¿Cuándo afecta nuestro comportamiento nuestras actitudes?

¿Por qué nuestro comportamiento afecta nuestras actitudes?

Posdata: Cambiarnos a través de la acción

Pero en 1964 Leon Festinger señaló que *cambiar* las actitudes de la gente a menudo afecta apenas su conducta. Festinger creía que la relación entre actitudes y comportamiento funciona en sentido contrario, donde nuestro comportamiento es el caballo y nuestras actitudes la carreta. Como lo expresó Robert Abelson (1972), estamos "muy bien entrenados y somos muy buenos para encontrar las razones para lo que hacemos, pero no somos tan buenos para hacer aquello para lo que encontramos razones". Este capítulo explora la interacción entre las actitudes y la conducta.

actitud
Sentimientos que, con frecuencia, están bajo la influencia de nuestras creencias, que nos predisponen a responder de manera favorable o desfavorable hacia objetos, personas y sucesos.

En psicología social, las **actitudes** se definen como las creencias y sentimientos relacionados con una persona o un suceso (Eagly y Chaiken, 2005). De este modo, es posible que una persona tenga una actitud negativa hacia el café, una actitud neutral hacia el francés y una actitud positiva hacia su vecino de junto.

Las actitudes evalúan muy bien al mundo. Cuando tenemos que responder con rapidez a algo, nuestro sentir acerca de ello puede guiar cómo reaccionamos. Por ejemplo, una persona que *cree* que un grupo étnico específico es flojo y agresivo quizá *sienta* desagrado por sus miembros y, por ende, intente actuar de manera discriminatoria. Podrá recordar las tres dimensiones de las actitudes: afecto (sentimientos), tendencia del comportamiento y cognición (pensamientos) (**figura 4.1**).

El estudio de las actitudes es esencial para la psicología social y fue una de sus primeras preocupaciones. Durante gran parte del siglo pasado, los investigadores se preguntaron cuánto afectan nuestras actitudes a nuestros actos.

"Todo lo que somos es resultado de lo que pensamos".
—Buda, *Dhamma-Pada,* BC 563-483

"El pensamiento es hijo de la acción".
—Benjamin Disraeli, *Vivian Gray,* 1926

¿QUÉ TAN BIEN NUESTRAS ACTITUDES PREDICEN NUESTRO COMPORTAMIENTO?

Exprese el grado en que nuestras actitudes internas impulsan nuestros actos externos y en qué condiciones.

Uno de los golpes contra el supuesto poder de las actitudes se presentó cuando el psicólogo social Allan Wicker (1969) revisó varias docenas de estudios de investigación que trataban sobre una variedad de personas, actitudes y comportamientos. Wicker llegó a una asombrosa conclusión: las actitudes expresadas por las personas apenas pronosticaban sus diversas conductas.

- Las actitudes de los estudiantes hacia hacer trampa en los exámenes tenía poca relación con la probabilidad de que de hecho hicieran trampa.
- Las actitudes hacia la Iglesia se relacionaban con moderación con la asistencia semanal a los servicios religiosos.
- Las actitudes raciales descritas por la gente daban pocos indicios de los comportamientos en situaciones reales. Muchas personas *dicen* que les molesta cuando alguien hace un comentario racista; sin embargo, cuando escuchan muestras de racismo (como cuando alguien utiliza insultos raciales) muchas de ellas responden con indiferencia (Kawakami et al., 2009).

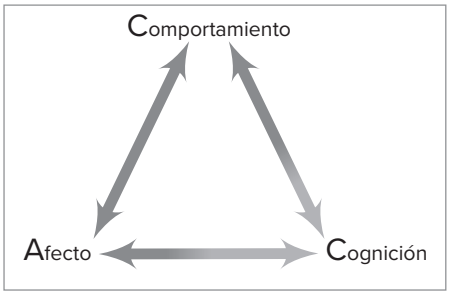


FIGURA 4.1
Dimensiones de las actitudes

La discrepancia entre actitudes y acciones es lo que Daniel Batson y sus colaboradores (1997, 2001, 2002; Valdesolo y DeSteno, 2007, 2008) denominan "hipocresía moral" (dar una apariencia de moralidad mientras que se evitan los costos de serlo). Sus estudios presentaban a la gente una tarea atractiva con una posible remuneración de $30 dólares y una tarea aburrida sin recompensa. Los participantes tenían que hacer una de las tareas y asignar la otra a un supuesto participante adicional. Solo 1 de cada 20 creía que asignar la tarea atractiva con la recompensa a sí mismos era lo más ético, pero solo 80% de ellos lo hicieron. En experimentos de seguimiento, a los participantes se les dieron monedas que

podían lanzar al aire en privado si así lo querían. Incluso cuando eligieron lanzar la moneda, ¡90% se asignaron la tarea positiva! ¿Esto se debió a que podían especificar las consecuencias de obtener cara o cruz después de lanzar la moneda? En otro experimento, Batson colocó una calcomanía en cada lado de la moneda, indicando lo que cada lado significaría. Aun así, 24 de 28 personas que lanzaron la moneda al aire se asignaron la tarea atractiva. Cuando la moral y la codicia chocan entre sí, en general gana la codicia.

En 2017, Tim Murphy, miembro de la Cámara de Representantes de Estados Unidos por el estado de Pensilvania, nos dio un escandaloso ejemplo de la desconexión entre actitudes declaradas y comportamiento real. Como opositor acérrimo al aborto desde el principio de su carrera política, su conducta fue diferente cuando el embarazo no deseado lo afectaba a *él*. Cuando la mujer con la que estaba teniendo una aventura extramarital creyó estar embarazada, le pidió que se hiciera un aborto (Doubeck y Taylor, 2017). Entonces Murphy renunció. "Pro vida en las calles, pro aborto entre las sábanas", bromeó un comentarista (Weiner, 2017).

En 2017, Chris Christie, el gobernador de Nueva Jersey, cerró las playas del estado durante el fin de semana previo a las festividades del 4 de julio, señalando un punto muerto en el presupuesto. Posteriormente se fotografió a Christie con su familia en una de las playas "cerradas", lo cual demuestra un conflicto evidente entre comportamiento y actitud.
©Andrew Mills/AP Images

Si la gente no actúa según sus propias afirmaciones, entonces no es sorpresivo que con frecuencia fallen los intentos por cambiar la conducta mediante la modificación de las actitudes. Las advertencias sobre los peligros del tabaquismo apenas afectan a los fumadores. Los programas de educación sexual con frecuencia influyen en las *actitudes* hacia la abstinencia y el uso del condón sin afectar a largo plazo los *comportamientos* de abstinencia y uso del condón. Los australianos consumen casi la misma energía, agua y espacio de vivienda ya sea que estén comprometidos con una conciencia ambiental o que sean escépticos al respecto (Newton y Meyer, 2013). Los hábitos y prácticas arraigados invalidan las actitudes. Al parecer, somos una población de hipócritas.

Este hallazgo sorprendente de que aquello que la gente *dice* a menudo difiere de lo que *hace* puso a correr a los psicólogos sociales para averiguar la razón. Nuestro razonamiento fue que era probable que las convicciones y sentimientos *a veces* hicieran una diferencia.

"Tengo opiniones, fuertes opiniones, pero no siempre estoy de acuerdo con ellas".
—George H. W. Bush, ex presidente de Estados Unidos

CUÁNDO LAS ACTITUDES PREDICEN EL COMPORTAMIENTO

La razón por la que nuestro comportamiento y las actitudes que expresamos difieren es que ambos están sometidos a otras influencias, que son numerosas. Un psicólogo social contó 40 factores que complican la relación entre actitudes y conducta (Triandis, 1982; véase también Kraus, 1995). Para que una actitud conduzca a una conducta, el agrado debe convertirse en deseo, se debe establecer una meta, esa meta debe tener la suficiente importancia para imponerse sobre otras demandas y debe elegirse una conducta específica (Kruglanski et al., 2015). Nuestras actitudes sí predicen nuestro comportamiento cuando estas *otras influencias sobre lo que decimos y hacemos son mínimas, cuando la actitud es específica para el comportamiento y cuando la actitud es potente*.

Cuando las influencias sociales en lo que decimos son mínimas

A diferencia del médico que mide la frecuencia cardiaca, los psicólogos sociales nunca obtenemos una lectura directa de las actitudes. Más bien, medimos las *actitudes expresadas*. Como otros comportamientos, las expresiones están sujetas a influencias externas. Por ejemplo, a veces decimos lo que pensamos que otros quieren escuchar, tanto como los legisladores pueden votar a favor de una guerra popular o una reducción de impuestos a los que se oponen en privado.

Los psicólogos sociales de hoy tienen a su disposición algunos métodos inteligentes para reducir al mínimo las influencias sociales en los informes sobre las actitudes de la gente. Algunas de estas son medidas de las actitudes *implícitas* (inconscientes); es decir, nuestras creencias internas con frecuencia no reconocidas que pueden corresponderse o no con nuestras actitudes *explícitas* (conscientes).

La medición más utilizada de las actitudes implícitas es el **test de asociación implícita** (IAT, *implicit association test*), que utiliza los tiempos de reacción para medir la rapidez con la que la gente asocia

Test de asociación implícita (IAT)
Evaluación por computadora de las actitudes implícitas. Esta prueba utiliza los tiempos de reacción para medir las asociaciones automáticas de la gente entre objetos y actitudes, y palabras evaluativas. Los apareamientos más fáciles (y las respuestas más rápidas) se toman como indicación de asociaciones inconscientes más fuertes.

conceptos (Banaji y Greenwald, 2013). Por ejemplo, se pueden medir las actitudes raciales implícitas al evaluar si la gente blanca utiliza más tiempo para asociar palabras positivas con rostros de personas negras que con rostros de personas blancas. Los investigadores de las actitudes implícitas ofrecen en línea diversas evaluaciones IAT (projectimplicit.net) desde serias (¿usted asocia de manera implícita a los varones con las profesiones y a las mujeres con el hogar?) hasta divertidas (¿prefiere a *Harry Potter* o el *Señor de los anillos*?). El análisis de los 18 millones de pruebas respondidas desde 1998 muestran que:

- *Los sesgos implícitos son generalizados*. Por ejemplo, 80% de las personas muestran mayor desagrado implícito por los adultos mayores en comparación con los jóvenes.
- *La gente difiere en el sesgo implícito*. Según su membresía de grupo, sus actitudes conscientes y su sesgo en su ambiente inmediato, algunas personas exhiben mayor sesgo implícito que otras.
- *Es frecuente que la gente no tenga conciencia de sus sesgos implícitos*. A pesar de creer que no tienen prejuicios, incluso los investigadores mismos muestran sesgos implícitos hacia algunos grupos sociales.

"Siguen existiendo barreras que a menudo son inconscientes".

—Senadora Hillary Rodham Clinton, discurso de concesión en las primarias para la campaña presidencial del Partido Demócrata, 2008.

¿Los sesgos implícitos pronostican el comportamiento? Una reseña de la investigación disponible (que ahora cuenta con varios cientos de investigaciones) revela que el comportamiento se predice mejor con una combinación de medidas tanto implícitas como explícitas (de autoinforme) (Greenwald et al., 2015; Nosek et al., 2011). En conjunto, ambas predicen mejor el comportamiento que cualquiera de ellas por sí solas (Karpen et al., 2012; Spence y Townsend, 2007). Las predicciones del comportamiento van desde utilizar el hilo dental, pasando por el destino de las relaciones amorosas, hasta los intentos de suicidio (Lee et al., 2010; Millar, 2011; Nock et al., 2010). En un estudio, los gerentes que hacían las contrataciones recibían solicitudes de empleo equivalentes en cuanto a la fortaleza de las acreditaciones profesionales, pero en una, las fotos de los solicitantes se alteraron por medios digitales para hacerlos parecer obesos. Varios meses después, cuando 153 de los gerentes respondieron a un IAT, aquellos con sesgo implícito contra los obesos tuvieron una probabilidad mucho menor de entrevistar a los solicitantes obesos (Agerström y Rooth, 2011).

Para las actitudes que se forman en una época temprana en la vida, como las actitudes raciales y de género, las actitudes implícitas pueden predecir la conducta. Por ejemplo, las actitudes raciales implícitas han pronosticado con éxito las relaciones interraciales entre compañeros de habitación, y la disposición a castigar a individuos de otra raza (Kubota et al., 2013; Towles-Schwen y Fazio, 2006). En cuanto a otras actitudes, como las relacionadas con comportamientos de consumo y el apoyo a candidatos políticos, los autoinformes explícitos son un mejor medio de predicción.

Los neurocientíficos han identificado centros cerebrales que producen nuestras reacciones implícitas automáticas (Stanley et al., 2008). Un área en una zona profunda del encéfalo (la amígdala, que es un centro que se ocupa de la percepción de amenazas) se activa cuando evaluamos en automático los estímulos sociales. Por ejemplo, las personas blancas que muestran un fuerte sesgo racial inconsciente en el IAT también exhiben una elevada activación de la amígdala al observar rostros de personas negras desconocidas.

Los estudios que utilizan el IAT encuentran que muchas personas tienen un sesgo implícito que favorece a su propia raza aun cuando sus actitudes declaradas de manera explícita no demuestren prejuicios.
©Rawpixel.com/Shutterstock

Pero debemos hacer una advertencia: a pesar de la conmoción que producen estos estudios sobre el sesgo implícito que se oculta en el sótano de la mente, el test de asociación implícita tiene sus detractores (Blanton et al., 2006, 2015, 2016; Oswald et al., 2013). Estos autores señalan que, a diferencia de las pruebas de aptitud, el IAT no tiene la suficiente confiabilidad para evaluar y comparar individuos. Por ejemplo, el IAT sobre raza tiene una confiabilidad test-retest baja: a diferencia de la mayoría de las otras pruebas de personalidad o actitudes, las puntuaciones del IAT con frecuencia difieren mucho de una sesión a otra (Bar-Anan y Nosek, 2014). Los críticos también debaten qué tan bien pronostica el IAT de raza la discriminación (Oswald et al., 2015). En cualquier caso, la existencia de actitudes explícitas e implícitas diferentes confirma una de las mayores lecciones de la psicología: nuestra capacidad de "procesamiento dual" tanto para el pensamiento *automático* (natural, habitual implícito, sistema 1) como *controlado* (deliberado, consciente, explícito, sistema 2).

Cuando otras influencias sobre el comportamiento son mínimas

Por supuesto que las actitudes personales no son el único determinante del comportamiento; la situación importa también. Como veremos una y otra vez, las influencias situacionales pueden ser enormes, con la magnitud suficiente para inducir a la gente a violar sus convicciones más profundas. De este modo, ¿*promediar* entre muchas situaciones nos permite detectar con más claridad el impacto de nuestras actitudes? Predecir el comportamiento de la gente es como predecir que un jugador de béisbol o de cricket golpee la bola. El resultado de cualquier turno particular al bate es casi imposible de predecir. Pero cuando sumamos muchas veces al bate, podemos comparar los *promedios* aproximados de bateo.

Por ejemplo, la actitud general de las personas hacia la religión no es muy útil para predecir si irán a los servicios religiosos durante la siguiente semana (porque la asistencia también depende del clima, el líder religioso, cómo se siente uno y demás). Pero estas actitudes sí predicen la cantidad total de conductas religiosas que se realizarán a lo largo del tiempo y en muchas situaciones (Fishbein y Ajzen, 1974; Kahle y Berman, 1979). De modo que la respuesta es sí. Los hallazgos definen un *principio de agregación*: los efectos de una actitud se vuelven más aparentes cuando observamos la suma o el promedio de comportamientos de una persona.

"¿Que me contradigo? Sí, me contradigo (yo soy inmenso... y contengo multitudes)".

—Walt Whitman, *Canto a mí mismo,* 1855

Cuando las actitudes son específicas del comportamiento

Otras condiciones mejoran todavía más la precisión predictiva de las actitudes. Como indicaron Icek Ajzen y Martin Fishbein (1977, 2005), cuando la actitud medida es general, por ejemplo, una actitud hacia los asiáticos, y el comportamiento es muy específico, por ejemplo, una decisión acerca de ayudar a un asiático determinado en una situación particular, no deberíamos esperar una estrecha correspondencia entre las palabras y los actos. Fishbein y Ajzen informan que, de hecho, las actitudes no predijeron la conducta en la mayoría de los estudios. Pero *sí* predicen la conducta en los 26 estudios en los que la actitud medida era específica de la situación. De este modo, las actitudes acerca del concepto general de "condición física relacionada con la salud" tienen poco valor predictivo del ejercicio específico o de las prácticas dietéticas. Pero las actitudes de un individuo acerca de los costos y beneficios de *correr* son un medio bastante preciso de predicción de si esa persona *corre* con regularidad.

Estudios adicionales (más de 700 investigaciones con 276 000 participantes) confirmaron que las actitudes relevantes y específicas sí pronostican la conducta planeada y la real (Armitage y Conner, 2001; Six y Eckes, 1996; Wallace et al., 2005). Por ejemplo, las actitudes hacia los condones son un excelente medio para predecir su uso (Albarracin et al., 2001). Y las actitudes hacia el reciclaje (pero no las actitudes generales hacia temas ambientales) predicen la intención de reciclar, que a su vez predice la conducta de reciclaje (Nigbur et al., 2010; Oskamp, 1991). De esto se deriva una lección práctica: para cambiar los hábitos a través de la persuasión, también debemos alterar las actitudes de la gente hacia prácticas *específicas*.

La teoría del comportamiento planeado de Ajzen y Fishbein dice que algo mejor aún para predecir el comportamiento es conocer las conductas planeadas y su autoeficacia y control percibidos (**figura 4.2**). Incluso preguntarle a la gente acerca de sus intenciones de realizar un comportamiento a menudo aumenta su probabilidad (Levav y Fitzsimons, 2006; Wood et al., 2016). Si usted le pregunta a la gente si planea limpiarse los dientes con hilo dental en las siguientes dos semanas, será más probable que lo haga. Si le pregunta a la gente si planea votar en una futura elección, la mayoría responderá que sí y se volverá más probable que lo haga.

Hasta el momento hemos visto dos condiciones en las que las actitudes pueden predecir la conducta: (1) cuando reducimos al mínimo otras influencias sobre nuestras declaraciones de actitud y sobre nuestro comportamiento y (2) cuando la actitud es específicamente relevante para el comportamiento observado. Pero también existe una tercera condición: una actitud predice mejor el comportamiento cuando la actitud es poderosa.

Cuando las actitudes son poderosas

Gran parte de nuestro comportamiento es automático. Actuamos siguiendo guiones familiares sin reflexionar sobre lo que hacemos. Respondemos a las personas con las que nos encontramos en el pasillo diciéndoles "hola" de manera automática. Respondemos al cajero del restaurante que nos pregunta qué nos pareció la comida con un "estuvo rica", aunque nos haya parecido mediocre.

Tales respuestas mecánicas son adaptativas. Liberan nuestra mente para que se ocupe de otras cosas. Cuando se trata de comportamientos habituales, como utilizar el cinturón de seguridad,

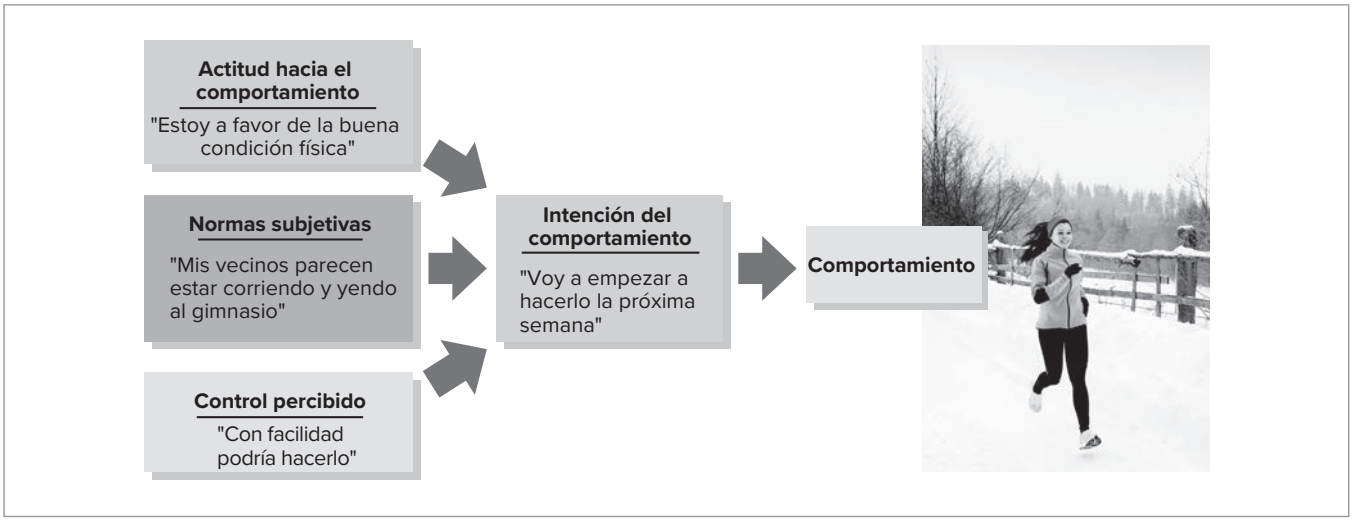


FIGURA 4.2

Teoría del comportamiento planeado

Icek Ajzen, quien trabajó con Martin Fishbein, mostró que las propias (a) actitudes, (b) normas sociales percibidas y (c) sensación de control, en conjunto, determinan nuestras intenciones, las cuales guían el comportamiento. En comparación con sus actitudes generales hacia el estilo de vida sano, las actitudes específicas de la gente hacia la práctica de correr pronosticó mucho mejor su comportamiento de correr.

©Jozef Polc/123RF

"Pensar es fácil, pero actuar es difícil, y convertir los pensamientos en acciones es la cosa más difícil del mundo".

—Goethe, poeta alemán (1749-1832)

consumir café o asistir a clase, las intenciones conscientes rara vez se activan (Wood, 2017). Como argumentaba el filósofo Alfred North Whitehead (1911, p. 61): "La civilización avanza aumentando el número de operaciones que podemos llevar a cabo sin pensar en ellas".

TRAER LAS ACTITUDES A LA MENTE Si se nos instara a pensar en nuestras actitudes antes de actuar, ¿seríamos más fieles a nosotros mismos? Mark Snyder y William Swann (1976) querían averiguarlo. Dos semanas después de que 120 de sus alumnos en la Universidad de Minnesota indicaron sus actitudes hacia las políticas de empleo conocidas como discriminación positiva,* Snyder y Swann los invitaron a fungir como jurados en un caso judicial por discriminación sexual. Las actitudes predijeron el comportamiento (veredictos) solo en aquellos a los que primero se les indujo a recordar sus actitudes al darles "unos cuantos minutos para organizar sus ideas y puntos de vista sobre el tema de la discriminación positiva". Nuestras actitudes adquieren potencia *si* pensamos en ellas.

Eso sugiere otra manera de inducir a la gente a enfocarse en sus convicciones: *hacer que adquieran conciencia propia*, quizá pidiéndoles que actúen frente a un espejo (Carver y Scheier, 1981). Tal vez usted también pueda recordar haber tenido una profunda conciencia de sí mismo al entrar a una habitación con un gran espejo. Provocar que las personas tengan autoconciencia de este modo promueve la consistencia entre hechos y palabras (Froming et al., 1982; Gibbons, 1978).

"Sin duda, cuando hechos y palabras coinciden, eso produce una deliciosa armonía".

—Michel de Montaigne, *Ensayos,* 1588

Edward Diener y Mark Wallbom (1976) señalaron que casi todos los estudiantes universitarios dicen que copiar en los exámenes es moralmente incorrecto. ¿Pero seguirán el consejo del Polonio de Shakespeare, quien decía "Sed fiel a vos mismo"? Diener y Wallbom le pidieron a los estudiantes de la Universidad de Washington que se sometieran a una prueba de CI y les dijeron que dejaran de trabajar cuando sonara una campana en la habitación. Cuando se les dejó solos, 71% hicieron trampa al seguir respondiendo después de que sonó la campana. Entre los estudiantes a los que se les indujo una conciencia de sí mismos, al trabajar frente a un espejo mientras escuchaban sus propias voces grabadas, solo 7% hicieron trampa. Los niños que salían a pedir dulces en Halloween, a los que se les dijo que tomaran solo un dulce de un tazón, tuvieron mayor probabilidad de obedecer esta petición cuando el tazón estaba frente a un espejo (Beaman et al., 1979). Esto nos hace preguntarnos: ¿los espejos a nivel de los ojos en las tiendas provocan que la gente tenga más conciencia de sus propias actitudes acerca de robar?

¿Recuerda los estudios de Batson sobre la hipocresía moral? En experimentos posteriores, Batson y sus colaboradores (2002) encontraron que los espejos sí producían que el comportamiento se

*N. del T. Políticas en las que se exige que un porcentaje determinado de las fuentes de empleo se destinen a grupos minoritarios.

ajustara a las actitudes morales expresadas. Cuando la gente lanzaba una moneda al aire frente a un espejo, quien hacía el lanzamiento se volvía escrupulosamente justo con el resultado. Exactamente la mitad de los participantes autoconscientes asignaron la tarea atractiva a la otra persona. Cuando ser ético era una parte crucial de la identidad de las personas, estas tenían un comportamiento más ético (Hertz y Krettenauer, 2016).

ACTITUDES FUERTES QUE SE FORJAN POR LA EXPERIENCIA Las actitudes que predicen mejor el comportamiento son accesibles (se les trae con facilidad a la mente) al igual que estables (Glasman y Albarracin, 2006). Si usted puede decir con prontitud que está en contra de la pena de muerte, y siempre se ha sentido así, sería más probable que firme una petición para abolirla. Y cuando las actitudes se forjan gracias a la experiencia, y no de oídas, son más accesibles, más duraderas y tienen mayor probabilidad de guiar las acciones. En un estudio, todos los estudiantes universitarios expresaron actitudes negativas hacia la respuesta de sus escuelas respecto a la escasez de vivienda. Pero cuando se les dio la oportunidad de actuar, firmando una petición, solicitando firmas, integrándose a un comité o escribiendo una carta, solo aquellos cuyas actitudes provenían de experiencias directas (quienes, por ejemplo, tenían que vivir fuera del campus debido a la escasez) fueron los que de hecho actuaron (Regan y Fazio, 1977).

"Es más fácil predicar la virtud, que practicarla".

—Francois La Rochefoucald, *Máximas*, 1665.

EN RESUMEN: ¿Qué tan bien nuestras actitudes predicen nuestro comportamiento?

- ¿Cómo se relacionan sus *actitudes* internas (reacciones evaluativas hacia algún objeto o persona, a menudo arraigadas en sus creencias) con su comportamiento externo? Aunque la sabiduría popular destaca el impacto de las actitudes sobre la conducta, de hecho es frecuente que las actitudes sean un medio deficiente de predicción del comportamiento. Lo que es más, el cambio de actitudes en la gente casi siempre fracasa en producir un gran cambio en su comportamiento. Estos hallazgos inspiraron a los psicólogos sociales a averiguar las razones por las que con tanta frecuencia no actuamos según nuestras palabras.
- La respuesta es que tanto nuestras expresiones de actitudes como nuestras conductas están sujetas a multitud de influencias. Nuestras actitudes predecirán nuestro comportamiento (1) si estas "otras influencias" se reducen al mínimo, (2) si la actitud se ajusta estrechamente con el comportamiento predicho (como en estudios sobre votación) y (3) si la actitud es poderosa (porque algo nos la recuerda o porque la adquirimos por experiencia directa). En estas condiciones, lo que pensamos y sentimos predice lo que hacemos.

¿CUÁNDO AFECTA NUESTRO COMPORTAMIENTO NUESTRAS ACTITUDES?

Resuma la evidencia acerca de que nuestras acciones pueden llevarnos a un modo de pensar.

Así que, hasta cierto grado, nuestras actitudes importan. Nuestro pensamiento puede llevarnos a un modo de actuar. Ahora nos enfocaremos en una idea más sorprendente: *el comportamiento determina las actitudes*. Es cierto que a veces defendemos nuestras creencias. Pero también es cierto que llegamos a creer en aquello que defendemos. Las teorías de la psicología social inspiraron gran parte de la investigación en la que se basa esta conclusión. Sin embargo, en lugar de empezar con estas teorías, veamos primero qué habremos de explicar. A medida que consideremos la evidencia acerca de que el comportamiento afecta las actitudes, especule *por qué* sucede esto y luego compare sus ideas con las explicaciones de los psicólogos sociales.

Considere los siguientes hechos:

- Sarah está hipnotizada y se le dice que se quite los zapatos cuando un libro caiga al piso. Quince minutos después, un libro se cae y Sarah se quita con tranquilidad sus mocasines.

—Sarah —le pregunta el hipnotista—, ¿por qué te quitaste los zapatos?
—Bueno... es que tengo los pies calientes y cansados —responde ella—. Fue un día muy largo.
El acto produce la idea.

- A George se le implantaron en forma temporal unos electrodos en la región cerebral que controla los movimientos de la cabeza. Cuando el neurocirujano José Delgado (1973) estimula los electrodos a control remoto, George siempre gira la cabeza. Sin saber que se está utilizando estimulación remota, ofrece una explicación razonable para el hecho de girar la cabeza: "Estoy buscando mis pantuflas". "Oí un ruido". "Estoy intranquilo". "Estaba mirando bajo la cama".
- Las graves convulsiones de Carol se aliviaron con la separación quirúrgica de sus hemisferios cerebrales. Ahora, en un experimento, el psicólogo Michael Gazzaniga (1985) muestra brevemente la fotografía de una mujer desnuda en el lado izquierdo del campo de visión de Carol, que se proyecta a su hemisferio no verbal derecho. Una sonrisa avergonzada se expande por su cara y empieza a reírse. Cuando se le pregunta por qué se ríe, inventa, y al parecer cree una explicación posible: "Ah, fue por esa máquina chistosa". En el caso de Frank, otro paciente con separación hemisférica, se proyecta la palabra "sonríe" para su hemisferio no verbal derecho. Obedece la instrucción y se obliga a sonreír. Cuando se le pregunta cuál es la razón, explica: "Este experimento es muy divertido".

Las secuelas mentales de nuestro comportamiento también aparecen en muchos ejemplos sociopsicológicos de la autopersuasión. Como veremos una y otra vez, las actitudes se presentan como consecuencia de la conducta.

INTERPRETACIÓN DE ROL

rol
Conjunto de normas que definen cómo deben comportarse las personas en una posición social determinada.

La palabra **rol** se tomó prestada del teatro y, como ocurre allí, se refiere a las acciones esperadas de aquellos que ocupan una posición social específica. Cuando actuamos nuevos roles sociales, es posible que al principio nos sintamos como farsantes. Pero esa incomodidad rara vez perdura.

Piense en alguna ocasión en la que haya asumido un nuevo rol, quizá en sus primeros días en un empleo o en la universidad. Por ejemplo, es posible que en su primera semana dentro del campus se haya sentido muy sensible respecto de su nueva situación y que valientemente haya intentado actuar como persona madura y suprimir su comportamiento preparatoriano. En tales ocasiones, es posible que se haya sentido cohibido. Se percató de su nueva forma de hablar y de sus acciones porque no le resultaban naturales. Pero luego pasó algo asombroso: su charla pseudointelectual ya no le parecía forzada y el rol empezó a quedarle tan cómodo como sus viejos jeans y su camiseta.

"No existe hombre que, durante un periodo considerable, pueda mostrar un rostro ante sí mismo y otro a la multitud sin que al final se confunda respecto de cuál podría ser el verdadero".
—Nathaniel Hawthorne, *La letra escarlata,* 1850

En un famoso y polémico estudio, algunos varones universitarios se prestaron como voluntarios para pasar un tiempo en una prisión simulada que Philip Zimbardo (1971; Haney y Zimbardo, 1998, 2009) construyó en la Facultad de Psicología de Stanford. Zimbardo quería averiguar lo siguiente: ¿la brutalidad de las prisiones es el producto de presos malvados y guardias maliciosos? ¿O los roles institucionales de guardia y preso provocan resentimiento e insensibilización incluso en las personas más compasivas? ¿La gente es lo que vuelve violento al lugar o es el lugar el que vuelve violenta a la gente?

Con una moneda lanzada al aire, Zimbardo designó a algunos alumnos para el papel de guardias. Les dio uniformes, cachiporras y silbatos, y les indicó que impusieran las reglas. La otra mitad se asignó al grupo de presos, a quienes la policía arrestó en sus casas, luego les encerró en celdas y les obligó a vestir una humillante bata similar a la de un hospital. Después de un divertido primer día de jugar sus roles, los guardias y los presos, e incluso los experimentadores, se involucraron a profundidad en la situación. Los guardias empezaron a denigrar a los presos y algunos idearon rutinas crueles y degradantes. Los presos se desmoronaron, se rebelaron o presentaron apatía. Zimbardo informó (1972) que después desarrollaron "una creciente confusión entre la realidad y la fantasía, entre la interpretación de roles (*role-playing*) y la identidad propia... Esta prisión que habíamos creado... nos estaba absorbiendo como productos de su propia realidad". Al observar el surgimiento de la patología social, Zimbardo terminó con la simulación en solo seis días, a pesar de que estaba proyectada para durar dos semanas. En 2015 se estrenó una película (*El experimento de la prisión de Stanford*) en la que se representa dicho experimento (Dunn, 2016).

Los críticos han cuestionado la espontaneidad y la confiabilidad de las observaciones de Zimbardo (Griggs, 2014). Es más, la cuestión no es que seamos impotentes para resistirnos a los roles

impuestos. En la simulación de la prisión de Zimbardo, en la prisión de Abu Ghraib (donde los guardias degradaban a los prisioneros de guerra iraquíes) y en otras situaciones productoras de atrocidades, algunas personas se vuelven sádicas y otras no (Haslam y Reicher, 2007, 2012; Mastroianni y Reed, 2006; Zimbardo, 2007). La sal se disuelve en el agua, pero la arena no. Así también, señala John Johnson (2007), cuando se les coloca dentro de un barril podrido, algunas personas se convierten en manzanas echadas a perder y otras no. El comportamiento es el producto tanto de la persona individual como de la situación y el estudio de la prisión parece haber atraído a voluntarios propensos a la agresividad (McFarland y Carnahan, 2009).

Los guardias y los presos en la simulación de la prisión de Stanford absorbieron con rapidez los roles que representaban.
©Philip Zimbardo

La lección más profunda sobre la interpretación de rol no es que seamos como máquinas impotentes. Más bien, se refiere a la manera en la que algo que es irreal (un rol artificial) puede transformarse de manera sutil en algo real. En una nueva carrera, como maestro, soldado o empresario, por ejemplo, desempeñamos un rol que moldea nuestras actitudes. En un estudio, el entrenamiento militar endureció las personalidades de un grupo de hombres alemanes. En comparación con un grupo de control, fueron menos afables incluso cinco años después de dejar el ejército (Jackson et al., 2012). Y en un estudio nacional con adolescentes estadounidenses, la interpretación de roles sostenida al jugar con videojuegos que celebran el riesgo se vio seguida de un incremento en los comportamientos arriesgados y desviados en la vida real (Hull et al., 2014). ¿Cuál es la moraleja?: cuando actuamos un rol, cambiamos un poco nuestro yo previo para convertirlo en algo más parecido a eso.

Imagine que representa el rol de esclavo, no por solo seis días, sino durante décadas. Si unos cuantos días alteraron el comportamiento de los participantes en la prisión de Zimbardo, imagine los efectos corrosivos de décadas de conducta servil. Es posible que afecte incluso de manera más profunda al amo, porque el rol de amo es algo que se elige. Frederick Douglass, quien fue esclavo en algún tiempo, recuerda la transformación de su nueva ama a medida que absorbía su rol:

> "Nuestras autodefiniciones no se construyen dentro de nuestras cabezas; se forjan a través de nuestros actos".
>
> —Robert McAfee Brown, *Creative Dislocation: The Movement of Grace,* 1980

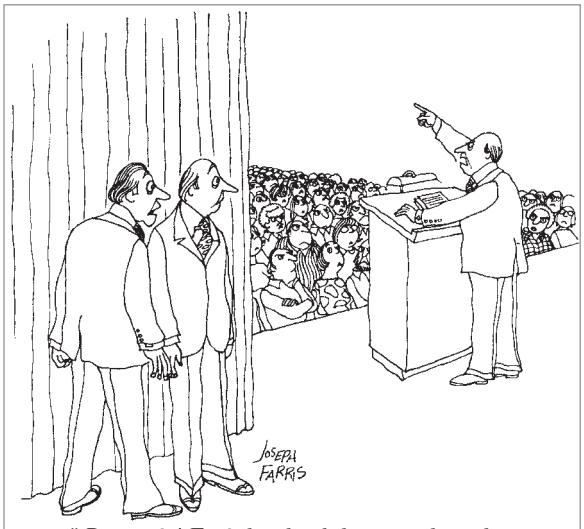
> Mi nueva ama resultó ser todo lo que me pareció cuando la conocí en la puerta: una mujer de corazón amable y con los sentimientos más delicados... Quedé atónito por completo frente a su bondad. Apenas sabía cómo comportarme con ella. Era por completo diferente a cualquier otra mujer blanca que hubiera visto alguna vez... El esclavo más mezquino se sentía muy a gusto en su presencia y ninguno se iba sin sentirse mejor por haberla visto. Su rostro estaba lleno de sonrisas celestiales y su voz era música tranquila. Pero, ¡qué pena!, este afable corazón habría de gozar de una corta vida. Ya tenía en sus manos el veneno mortal del poder irresponsable y al poco inició su obra infernal. Bajo el influjo de la esclavitud, esa mirada alegre se tiñó del rojo de la ira; esa voz compuesta de dulces acordes se transformó en notas discordantes de dureza y horror; y aquel rostro angelical cedió el paso al de un demonio (Douglass, 1845, pp. 57-58).

DECIR NOS LLEVA A CREER

Es frecuente que las personas adapten sus palabras para complacer a sus escuchas. Están más prontas a dar las buenas noticias que las malas y adaptan sus mensajes a los puntos de vista de quienes les oyen (Manis et al., 1974; Tesser et al., 1972; Tetlock, 1983). Cuando se les induce a sustentar de manera hablada o escrita algo respecto de lo cual tienen dudas, a menudo se sienten mal con su engaño. Sin embargo, empiezan a creer en lo que dicen (suponiendo que no se les sobornó o coaccionó a hacerlo). Cuando no hay una explicación externa convincente de las propias palabras, lo que decimos nos conduce a creer en ello (Klaas, 1978).

Tory Higgins y sus colegas (Hausmann et al., 2008; Higgins y McCann, 1984; Higgins y Rholes, 1978) ilustraron la manera en que decir algo nos lleva a creerlo. Pidieron a los estudiantes universitarios que leyeran una descripción de personalidad de alguien (digamos que se llamaba Emily) y que luego la resumieran para otra persona

Después de la degradación de los prisioneros iraquíes, Philip Zimbardo (2004a, 2004b) señaló "paralelismos directos y lamentables entre el comportamiento similar de los 'guardias' en el experimento de la prisión de Stanford". Sostiene que tal comportamiento es atribuible a una situación dañina que puede convertir a personas buenas en perpetradores del mal. "No es que se echen manzanas podridas dentro de un buen barril, sino que echamos manzanas buenas dentro de un barril podrido. El barril corrompe cualquier cosa que toca".
©Washington Post/Getty Images News/Getty Images



"¡Dios mío! Está dando el discurso dirigido a profesionales frente a un grupo de obreros..."

Decir algo conduce a creerlo: al expresar nuestros pensamientos a otras personas, a veces ajustamos nuestras palabras a lo que pensamos que otros quieren oír y luego terminamos creyendo lo que dijimos.

©Joseph Farris. Todos los derechos reservados. Usada con permiso.

(Helen), quien creían que sentía agrado o desagrado por Emily. Los estudiantes escribieron una descripción más positiva cuando Emily le caía bien a Helen. Después de decir cosas positivas de Emily, también sintieron agrado por ella. Al pedirles que recordaran lo que habían leído, recordaron la descripción como más positiva de lo que era. En pocas palabras, la gente tiende a adaptar sus mensajes para sus escuchas y, al hacerlo, creen en el mensaje alterado.

ACTOS MALIGNOS Y MORALES

El principio de las actitudes como consecuencia de la conducta también se aplica a los actos inmorales. A veces, el mal proviene de compromisos que escalan de manera gradual. Un acto maligno sin importancia erosiona la sensibilidad moral, facilitando que se lleve a cabo un acto peor. Parafraseando el libro de *Máximas* que La Rochefocauld escribió en 1665, no es tan difícil encontrar a una persona que nunca haya sucumbido a una tentación determinada como encontrar a alguien que haya sucumbido solo una vez. Después de contar una mentira inocente y pensar: "Bueno, eso no estuvo tan mal", es posible que la persona se decida a contar una mentira más grande.

Los actos dañinos nos cambian también en otros sentidos. No solo tendemos a herir a quienes no nos agradan sino también a sentir desagrado por aquellos a los que herimos. Dañar a una víctima inocente —expresando comentarios hirientes o aplicando supuestos choques eléctricos— conduce por lo común a que los agresores denigren a sus víctimas, ayudándose con ello a justificar su comportamiento cruel (Berscheid et al., 1968; Davis y Jones, 1960; Glass, 1964). Esto ocurre sobre todo cuando nos convencen en lugar de coaccionarnos y, en consecuencia, nos sentimos responsables de nuestros actos.

FIGURA 4.3

Matar engendra matar

Los estudiantes que creían que estaban matando varios insectos al meterlos a esta aparente máquina de la muerte, mataron después a más insectos durante un periodo en que los eliminaban a su propio ritmo (en realidad, ningún insecto sufrió daño).

Cortesía de Andy Martens, Universidad de Canterbury.

El fenómeno de las actitudes como consecuencia de la conducta aparece en tiempos de guerra. A veces, en los primeros días de trabajo, los guardias en campamentos de prisioneros de guerra demuestran buenos modales hacia los prisioneros. Es posible que a los soldados a los que se les ordena matar reaccionen al principio con repugnancia al grado de vomitar debido a ese acto. Pero eso no continúa por mucho tiempo (Waller, 2002). La gente tiende a humanizar a sus mascotas y a deshumanizar a sus enemigos.

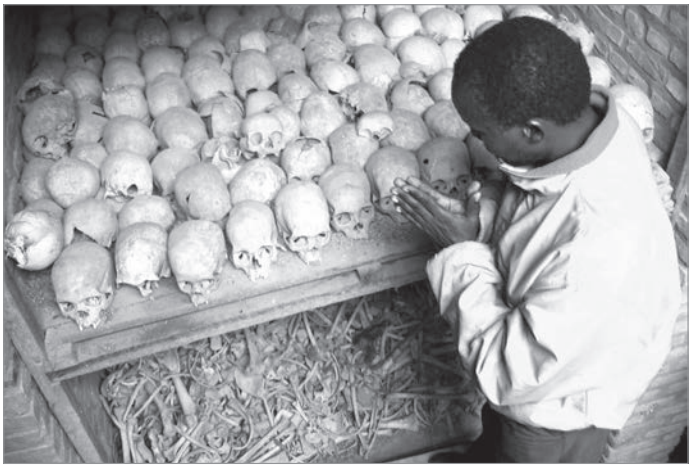
Las actitudes también son consecuencia de la conducta en tiempos de paz. Un grupo que tiene como esclavo a otro grupo quizá llegue a percibir que los esclavos tienen rasgos que justifican su opresión. El personal en las prisiones que participa en las ejecuciones experimenta una desvinculación moral, llegando a creer (con más firmeza que otros miembros del personal carcelario) que sus víctimas merecen su destino (Osofsky et al., 2005). Los actos y las actitudes se realimentan entre sí, en ocasiones al grado de llevar a la insensibilidad moral. Mientras más se daña a otras personas y se adaptan las propias actitudes, más fácil se vuelve lastimar. La conciencia se corroe.

Para simular el proceso de "matar engendra matar", Andy Martens y sus colaboradores (2007, 2010, 2012) les pidieron a los estudiantes en la Universidad de Arizona que mataran algunos insectos. La pregunta que se hicieron fue: ¿matar unos cuantos insectos en una prueba experimental aumentaría la disposición de los estudiantes para matar más insectos más adelante? Para averiguarlo, les pidieron a algunos estudiantes que buscaran un pequeño insecto dentro de un recipiente, que luego lo arrojaran en un molino de café, como el que se muestra en la **figura 4.3**, y que presionaran el botón de encendido durante tres segundos (en realidad no se mató a ningún insecto. Un tapón que no se podía ver y que estaba en la base del tubo de inserción impedía que el insecto entrara de hecho en la máquina de la muerte, que destrozaba pedazos de papel para simular el sonido del insecto mientras lo mataban). Aquellos que creían haber matado a cinco insectos continuaron "matando" a una cantidad bastante mayor de ellos durante un periodo subsiguiente de 20 segundos.

Los actos lesivos moldean al yo, pero también, por fortuna, ocurre lo mismo con los actos morales. Nuestro carácter se refleja en lo que hacemos cuando pensamos que nadie nos ve. Los

investigadores han probado el carácter de los niños tentándolos cuando parece que nadie los está viendo. Consideremos lo que sucede cuando los niños resisten la tentación. En un impresionante experimento, Jonathan Freedman (1965) les presentó a niños de primaria un atractivo robot controlado por baterías y les indicó que no jugaran con él mientras el experimentador estuviera fuera de la habitación. Freedman utilizó una grave amenaza con la mitad de los niños y una amenaza leve con la otra mitad. Ambas bastaron para disuadir a los niños.

Varias semanas después, un investigador diferente que en apariencia no tenía relación con los sucesos anteriores, dejó a cada uno de los niños para que jugaran en la misma habitación con los mismos juguetes. Tres cuartas partes de los que recibieron la amenaza grave jugaron ahora libremente con el robot, pero de entre aquellos que recibieron la amenaza leve, solo un tercio jugó con él. En apariencia, la amenaza leve tuvo la suficiente firmeza como para producir el comportamiento deseado, pero fue lo bastante sutil como para darles la sensación de que tenían opciones. Al haber elegido antes de manera consciente que *no* jugarían con el juguete, los niños que recibieron solo la amenaza leve internalizaron sus decisiones. Los actos morales, en especial aquellos que se eligen en lugar de ocurrir por coacción, afectan el pensamiento moral.



Los actos crueles, como el genocidio en Ruanda en 1994, tienden a engendrar actitudes incluso más crueles e iracundas. "Al principio, matar era obligatorio —explicó un participante en el genocidio en Ruanda—. Después nos acostumbramos a eso. Nos volvimos crueles de forma natural. Ya no necesitábamos estímulos o problemas para matar, ni siquiera órdenes o avisos" (citado por Hatzfeld, 2005, p. 71).

©Sayyid Azim/AP Images

Lo que es más, el comportamiento positivo fomenta el agrado por la persona. Hacerle un favor a un experimentador o a otro participante, o darle tutoría a un estudiante, por lo general aumenta el agrado hacia la persona que recibe la ayuda (Blanchard y Cook, 1976). Las personas que rezaban pidiendo por el bienestar de una pareja romántica (incluso en experimentos controlados) exhibieron después mayor compromiso y fidelidad hacia esa pareja (Fincham et al., 2010). Esta es una lección que vale la pena recordar: si desea amar más a alguien, actúe como si lo amara.

"No amamos tanto a la gente por el bien que nos hace, sino por el bien que le hemos hecho".

—León Tolstói, *La guerra y la paz,* 1867-1869

En 1793, Benjamin Franklin exploró la idea de que hacer favores engendra agrado. Como secretario en la Asamblea General de Pensilvania, le perturbó la oposición de otro importante legislador, así que Franklin se propuso ganárselo:

> No [...] pretendí ganarme sus favores prestándole algún tipo de respeto servil, sino que, luego de algún tiempo, lo intenté con otro método. Después de escuchar que en su biblioteca tenía cierto ejemplar muy escaso y curioso, le escribí una nota expresándole mi deseo de darle una ojeada a ese libro y solicitándole que me hiciera el favor de prestármelo por unos cuantos días. De inmediato me lo envió y se lo regresé alrededor de una semana después, expresándole con gran firmeza mi agradecimiento por el favor. Cuando nos reunimos de nuevo en el Congreso, me habló (lo cual no había hecho nunca antes) y lo hizo con gran cortesía; e incluso me manifestó su disposición a darme su ayuda en cualquier ocasión, por lo que nos volvimos grandes amigos y nuestra amistad continuó hasta su muerte (citado por Rosenzweig, 1972, p. 769).

Interacción interracial y actitudes raciales

Si los actos morales alimentan las actitudes morales, ¿las interacciones positivas entre personas de razas diferentes reducen el prejuicio racial, de la misma manera que el uso obligatorio del cinturón de seguridad produjo más actitudes positivas hacia este? Esto formó parte del testimonio que dieron los científicos sociales frente a la Suprema Corte de Estados Unidos cuando en 1954 decidieron eliminar la segregación en las escuelas. Su argumento fue más o menos el siguiente: si esperamos a que las actitudes cambien, por medio de la prédica y la enseñanza, esperaremos largo tiempo para que haya igualdad racial. Pero si legislamos los actos morales, podemos, en las condiciones correctas, afectar de manera indirecta las actitudes internas.

Esa idea contradice la presuposición de que "no se puede legislar la rectitud". Sin embargo, como predijeron los psicólogos sociales, el cambio de actitud se presentó después de eliminar la segregación. Considere lo siguiente:

"Nos volvemos justos mediante la práctica de acciones justas, nos autocontrolamos al ejercer el autocontrol y nos volvemos valerosos al realizar actos de valentía".

—Aristóteles

- Después de la decisión de la Suprema Corte, el porcentaje de estadounidenses blancos que favorecían la integración en las escuelas subió en forma notable y ahora incluye a casi todos.
- En los 10 años posteriores a la Ley de Derechos Civiles de 1964, el porcentaje de estadounidenses blancos que describían a sus vecinos, amigos, compañeros de trabajo u otros estudiantes como blancos disminuyó en alrededor de 20% para cada una de esas medidas. La interacción interracial estaba aumentando. Durante el mismo periodo, el porcentaje de personas blancas que dijeron que debería permitirse que los negros vivieran en cualquier vecindario aumentó de 65% a 87% (*ISR Newsletter*, 1975). Las actitudes también estaban cambiando.
- Se siguieron estándares nacionales más uniformes contra la discriminación al reducir las diferencias en las actitudes raciales entre personas de distintas religiones, clases sociales y regiones geográficas (Greeley y Sheatsley, 1971; Taylor et al., 1978). A medida que los estadounidenses empezaron a actuar en forma más parecida, llegaron a pensar en forma más parecida.

MOVIMIENTOS SOCIALES

"Puedes usar pequeñas promesas para manipular la autoimagen de una persona; puedes utilizarlas para convertir a los ciudadanos en 'servidores públicos', a los posibles 'clientes' en clientes, a los prisioneros en 'colaboradores'".

—Robert Cialdini, *Influencia,* 1988

Hemos visto que las leyes de una sociedad y, por ende, su comportamiento, pueden tener una fuerte influencia en sus actitudes raciales. Pero, ¿qué pasa si esas leyes y normas legitiman el odio? Para muchos alemanes durante el decenio de 1930, la participación en los mítines del partido Nazi, la exhibición de la bandera Nazi y, en especial, el saludo público de "Heil Hitler" establecieron una profunda inconsistencia entre la conducta y las creencias. El historiador Richard Grunberger (1971) informa que para aquellos que tenían dudas sobre Hitler, "el 'saludo alemán' fue un poderoso dispositivo de condicionamiento. Luego de decidir entonarlo como muestra externa de conformidad, muchos experimentaron... incomodidad frente a la contradicción entre sus palabras y sus sentimientos. Al impedírseles que dijeran lo que pensaban, intentaron establecer su equilibrio psíquico al inducirse de manera consciente a creer en lo que decían" (p. 27).

La práctica no se limita a los regímenes totalitarios. Los rituales políticos, como el saludo diario a la bandera que hacen los niños y el canto del himno nacional, utilizan la conformidad pública para fomentar el patriotismo en el individuo. Yo mismo [DM] recuerdo haber participado en prácticas contra bombardeos aéreos en mi escuela primaria que no estaba muy lejos de la Compañía Boeing en Seattle. Después de actuar varias veces como si fuéramos el objetivo del ataque de los rusos, llegamos a temer a los rusos.

Muchas personas suponen que el adoctrinamiento social más potente ocurre mediante un *lavado de cerebro*, que es un término acuñado para describir lo que le sucedió a los prisioneros de guerra estadounidenses durante la guerra de Corea en la década de 1950. Aunque el programa de control del pensamiento no fue tan irresistible como lo sugería el lavado de cerebro, los resultados seguían siendo desconcertantes. Cientos de prisioneros cooperaron con sus captores. Veintiuno de ellos eligieron quedarse luego de que se les concedió permiso para regresar a Estados Unidos y muchos de quienes regresaron a casa, lo hicieron con la creencia de que "aunque el comunismo no funcionaría en Estados Unidos, pienso que es bueno para Asia" (Segal, 1954).

Nuestros rituales políticos, como el saludo diario a la bandera que hacen los niños y cantar el himno nacional, utilizan la conformidad pública para fomentar la lealtad privada.

©Andersen Ross/Getty Images

Edgar Schein (1956) entrevistó a muchos prisioneros de guerra e informó que los métodos de los captores incluían una escalada gradual en las demandas. Los captores siempre empezaban con peticiones triviales y las iban aumentando en forma gradual hasta hacer peticiones más importantes. "De este modo, luego de que se había entrenado a un prisionero para decir o escribir cosas triviales, se le demandaban declaraciones sobre temas más importantes". Lo que es más, siempre esperaban la participación activa, ya fuera pidiendo al prisionero que copiara algo o que participara en discusiones de grupo, redactara

autocríticas o enunciara confesiones públicas. Una vez que el prisionero había dicho o escrito una declaración, sentía una necesidad propia de establecer consistencia entre sus creencias y sus actos. A menudo, esto conducía a los prisioneros a persuadirse a sí mismos de que habían hecho algo malo. La táctica de "empieza en pequeño y ve aumentando" sigue utilizándose en la actualidad en la socialización de terroristas y torturadores.

Ahora permítanos pedirle que, antes de que siga leyendo, haga el papel de un teórico. Pregúntese: ¿por qué en estos estudios y en los ejemplos de la vida real las actitudes se desarrollaron después de la conducta? ¿Por qué desempeñar un papel o dar un discurso podría influir en su actitud?

EN RESUMEN: ¿Cuándo nuestro comportamiento afecta nuestras actitudes?

- La relación entre actitud y acción también funciona en sentido inverso: no solo es probable que nuestro pensamiento nos lleve a la acción sino también que nuestras acciones nos lleven a un modo de pensar. Cuando actuamos, amplificamos la idea que subyace a lo que hicimos, en especial cuando nos sentimos responsables de ello. Muchas evidencias convergen en este principio.
- De manera similar, aquello que decimos o escribimos puede influir en gran medida en las actitudes que tenemos más adelante.
- Las acciones también afectan nuestras actitudes morales: aquello que hacemos, aunque sea malo, tendemos a justificarlo como correcto.
- En forma similar, nuestros comportamientos raciales o políticos moldean nuestra conciencia social: no solo defendemos aquello en lo que creemos, sino que también creemos en las cosas que hemos defendido.
- Es posible que los movimientos políticos y sociales legislen comportamientos diseñados para conducir al cambio de actitudes a gran escala.

¿POR QUÉ NUESTRO COMPORTAMIENTO AFECTA NUESTRAS ACTITUDES?

Enuncie las teorías que buscan explicar el fenómeno de que las actitudes son consecuencia de la conducta. Analice la manera en que la competencia entre teorías contrarias ilustra el proceso de la explicación científica.

Ya vimos que varios cauces de evidencias se combinan para formar un río. ¿Estas observaciones ofrecen indicios de por qué la conducta afecta a la actitud? Los investigadores de la psicología social sospechan de tres fuentes posibles.

- *La teoría de la autopresentación* supone que por razones estratégicas expresamos actitudes que nos hacen parecer consistentes.
- *La teoría de la disonancia cognitiva* supone que para reducir la incomodidad, justificamos nuestros actos ante nosotros mismos.
- *La teoría de la autopercepción* supone que nuestros actos son autorreveladores: cuando no estamos seguros de nuestros sentimientos o creencias, buscamos en nuestro comportamiento de la misma manera que cualquier persona lo haría.

"Veo que al fin se libró del estúpido peinado de quesillo para ocultar su calvicie".

©Jack Ziegler. Derechos reservados. Utilizado con autorización

AUTOPRESENTACIÓN: MANEJO DE IMPRESIONES

La primera explicación comienza con una idea simple: a todos nos importa lo que los demás piensen de nosotros. La gente gasta miles de millones en ropa, dietas, cosméticos y cirugía plástica solo porque le preocupa lo que piensen los demás. Consideramos que dar una buena impresión es una manera de adquirir recompensas materiales, sentirnos mejor con nosotros mismos e incluso obtener mayor seguridad en cuanto a nuestras identidades sociales (Leary, 1994, 2010, 2012).

Nadie quiere parecer estúpidamente inconsistente. Para evitar dar esa apariencia, expresamos actitudes que se ajustan a nuestros actos. Para parecer consistentes frente a los demás, es posible que finjamos de manera automática que tenemos actitudes consistentes con nuestros comportamientos (Leary et al., 2015; Tyler, 2012). Incluso un poco de falta de sinceridad o hipocresía puede ser redituable cuando manejamos la impresión que estamos dando, o por lo menos eso sugiere la teoría de la autopresentación.

¿Fingir consistencia explica por qué las actitudes expresadas se inclinan hacia la consistencia con el comportamiento? En cierto grado, sí: la gente exhibe un mucho menor cambio de actitudes cuando un detector de mentiras falso la desalienta de tratar de dar una buena impresión (Paulhus, 1982; Tedeschi et al., 1987).

Pero las actitudes implican algo más que la autopresentación porque la gente expresa sus actitudes cambiadas incluso frente a alguien que no conoce su comportamiento previo. Las otras teorías explican por qué las personas internalizan a veces su autopresentación como cambios genuinos de actitud.

AUTOJUSTIFICACIÓN: DISONANCIA COGNITIVA

Una teoría es que nuestras actitudes cambian porque estamos motivados a mantener la consistencia entre nuestros pensamientos (conocidos como cogniciones). Esa es la implicación de la famosa teoría de la **disonancia cognitiva** de Leon Festinger (1957). La teoría es sencilla, pero su rango de aplicación es enorme, lo cual provocó que el término "disonancia cognitiva" se volviera parte del vocabulario de la gente educada de la actualidad. Supone que percibimos una tensión, o disonancia, cuando dos de nuestros pensamientos o creencias (cogniciones) son inconsistentes. Festinger argumentaba que para reducir esta excitación desagradable provocada por la inconsistencia, a menudo adaptamos nuestros pensamientos. Esta idea simple, y algunas predicciones sorprendentes derivadas de ella, han generado más de 2 000 estudios (Cooper, 1999).

disonancia cognitiva
Tensión que se produce cuando la persona tiene una conciencia simultánea de dos cogniciones inconsistentes. Por ejemplo, es posible que la disonancia ocurra cuando nos damos cuenta de que actuamos, con poca justificación, de manera contraria a nuestras actitudes, o que tomamos una decisión que favorece una alternativa a pesar de las razones que favorecen otra.

Una inspiración para la teoría fue un estudio de observación participante que llevaron a cabo Festinger y sus colaboradores (1956) y que el presidente de la Association for Psychological Science declaró que era su experimento psicológico favorito de siempre (Medin, 2011). Festinger y sus colaboradores leyeron un informe noticioso acerca de un culto de creyentes en los ovnis que esperaban que los platillos voladores los rescataran de una inundación catastrófica que anticipaban para el 21 de diciembre de 1954. ¿Cuál fue la respuesta de los investigadores? Se unieron al culto y observaron qué sucedería después.

A medida que se acercaba el 21 de diciembre, los seguidores más devotos renunciaron a sus empleos y se deshicieron de sus posesiones, e incluso algunos dejaron a sus cónyuges. Entonces, ¿qué pasó cuando la profecía falló? Al pasar el 21 de diciembre sin incidentes, el grupo no afrontó su disonancia masiva abandonando sus creencias, sino que aumentó su fervor hacia ellas. Decidieron que su fidelidad había persuadido a Dios de perdonar al mundo: un mensaje que ahora proclamaban con osadía. En los experimentos modernos se ha observado también que cuando la gente confía en creencias que se ponen en duda, a menudo responderán tratando de persuadir a los demás. "Cuando tengas dudas, ¡grita!", fue la conclusión de los investigadores (Gal y Rucker, 2010).

Festinger creía que otra forma en que la gente minimiza la disonancia es a través de la **exposición selectiva** a información que concuerda con sus ideas. En los estudios se les pregunta a las personas cuáles son sus puntos de vista sobre diversos temas y luego se les invita a elegir si quieren ver

exposición selectiva
La tendencia a buscar información y medios que concuerden con los propios puntos de vista y evitar la información disonante.

información que apoye o que sea contraria a sus puntos de vista. El doble de los participantes prefirieron información de apoyo en lugar de información contradictoria (Fischer y Greitemeyer, 2010; Hart et al., 2009; Sweeny et al., 2010). Preferimos noticias que nos confirmen en lugar de noticias que nos informen.

La gente muestra especial entusiasmo por leer información que sustente sus perspectivas políticas, religiosas y éticas, un fenómeno que la mayoría podemos reconocer por nuestras fuentes noticiosas y blogs favoritos. Es más, las personas que tienen puntos de vista consistentes sobre algún tema, por ejemplo, el control de armas, el cambio climático o las políticas económicas, están propensas a la "cognición protectora de la identidad" (Kahan et al., 2011, 2014; Landrum et al., 2017). Para reducir la disonancia, sus creencias encauzan su razonamiento y su evaluación de los datos. Cuando se les muestran los mismos datos sobre el cambio climático provocado por el ser humano, las personas los interpretarán en forma diferente dependiendo de sus perspectivas preexistentes. En temas más prácticos y menos relevantes para los valores, los motivos de precisión son los que nos impulsan. Así que aceptamos la inspección de una casa antes de comprarla o una segunda opinión antes de una cirugía.

Exposición selectiva: muchas personas eligen leer noticias y artículos de opinión de fuentes que favorecen sus puntos de vista políticos, al tiempo que evitan las fuentes contrarias.
©Marc Romanelli/Blend Images LLC

La teoría de la disonancia se ocupa mayormente de las discrepancias entre comportamiento y actitudes. Estamos conscientes de ambas. Por ende, si percibimos una inconsistencia, quizá cierto grado de hipocresía, nos sentimos presionados a cambiar. Eso ayuda a explicar por qué los fumadores tienen mayor probabilidad que los no fumadores de dudar que el tabaco es peligroso (Eiser et al., 1979; Saad, 2002).

El director del Program of International Policy Attitudes (Programa de Actitudes sobre Política Internacional) señala que después de la guerra de Irak en 2003, algunos estadounidenses tuvieron dificultades para reducir su "experiencia de disonancia cognitiva" (Kull, 2003). La premisa principal de la guerra había sido que Saddam Hussein, a diferencia de la mayoría de los demás dictadores brutales, tenía armas de destrucción masiva. Al iniciar el conflicto, solo 38% de los estadounidenses dijeron que la guerra estaba justificada aunque Irak no tuviera armas de destrucción masiva (Gallup, 2003). Casi cuatro de cada cinco estadounidenses creían que las tropas invasoras las encontrarían y un porcentaje similar apoyaba la guerra recién iniciada (Duffy, 2003; Newport et al., 2003).

Cuando no se encontraron esas armas, la mayoría que apoyaba la guerra experimentó una disonancia, que aumentó debido a la concienciación respecto al costo económico y humano del conflicto, las imágenes del caos en Irak, el incremento en actitudes antiestadounidenses en Europa y en los países musulmanes, y la exacerbación de las actitudes a favor del terrorismo. Según indica el Program of International Policy Attitudes, para reducir su disonancia, algunos estadounidenses corrigieron sus recuerdos acerca de la fundamentación principal del gobierno para declarar la guerra. Ahora, las razones se transformaron en liberar a un pueblo oprimido del dominio tiránico y genocida, y establecer las bases para un Medio Oriente más pacífico y democrático. Tres meses después de iniciar la guerra, la opinión que alguna vez fue minoritaria se convirtió, por primera vez, en el punto de vista de la mayoría: ahora 58% de los estadounidenses apoyaban la guerra aunque no hubieran encontrado ninguna de las supuestas armas de destrucción masiva (Gallup, 2003). "No importa si encuentran o no las armas de destrucción masiva", sugirió el encuestador republicano Frank Luntz (2003), "porque la fundamentación para la guerra cambió".

En *Mistakes Were Made* (*But Not By Me*): *Why We Justify Foolish Beliefs*, *Bad Decisions, and Hurtful Acts*, los psicólogos sociales Carol Tavris y Elliot Aronson (2007, p. 7) ilustran la reducción de la disonancia por parte de los líderes de diversos partidos políticos cuando se enfrentan con evidencia clara de que una decisión que tomaron o un curso de acción que eligieron resultó incorrecto o incluso desastroso. Este fenómeno humano no tiene inclinaciones partidistas, señalan Tavris y Aronson: "Un presidente que justificó sus acciones ante sí mismo, creyendo poseer *la verdad*, se vuelve inmune a la autocorrección". Por ejemplo, el biógrafo del presidente demócrata Lyndon Johnson lo describió como una persona que se aferraba a sus creencias, incluso cuando se estaba hundiendo en el pantano de Vietnam y sin importar los hechos relacionados con ese asunto. Y en los años posteriores a la declaración de guerra a Irak, el presidente republicano George W. Bush dijo que "sabiendo lo que sé hoy, tomaría de nuevo esa decisión" (2005), que

"nunca he estado más convencido de que las decisiones que tomé son las correctas" (2006) y que "esta guerra [...] ha tenido un alto costo en cuanto a vidas y hacienda, pero esos costos son necesarios" (2008).

La teoría de la disonancia cognitiva ofrece una explicación para tal autopersuasión y también ofrece varias predicciones sorprendentes. Veamos si puede anticiparlas.

Justificación insuficiente

Imagine que participa en un famoso experimento planeado por el ingenioso Festinger y su alumno, J. Merrill Carlsmith (1959). Durante una hora, se le pide que realice tareas aburridas, como girar perillas de madera una y otra vez. Después de terminar, el experimentador (Carlsmith) explica que el estudio se refiere a la manera en que las expectativas afectan el desempeño. Es necesario convencer al siguiente participante, que espera afuera, de que el experimento es *interesante*. El experimentador, aparentando estar alterado, y con quien Festinger ha pasado varias horas entrenándolo hasta que se vuelve sumamente convincente, explica que el asistente que en general crea esta expectativa no pudo llegar a la sesión. Mientras se frota las manos con angustia, le ruega: "¿Podría sustituirlo en esa labor?".

Es por la ciencia y le están pagando, así que accede a decirle al siguiente participante (que en realidad es cómplice del experimentador) que acaba de tener una experiencia encantadora.

—¿De verdad? —dice el supuesto participante—. Una amiga mía estuvo hace una semana en este experimento y me dijo que es aburrido.

—Para nada —responde usted— en realidad es muy interesante. Te ejercitas muy bien cuando giras algunas de las perillas. Estoy seguro de que lo disfrutarás.

Para terminar, usted contesta un cuestionario sobre cuánto disfrutó en verdad de la experiencia de girar perillas.

Ahora veamos cuál es la predicción: ¿en qué condiciones es más probable que crea en su pequeña mentira de que el experimento aburrido en realidad fue interesante? ¿Cuando le pagaron un dólar por la mentira piadosa, como sucedió con algunos de los participantes? ¿O cuando le pagaron la entonces generosa cifra de $20 dólares, como ocurrió con otros? Contrario a la idea común de que las grandes recompensas producen grandes efectos, Festinger y Carlsmith hicieron una predicción escandalosa: aquellos que recibieron solo un dólar (apenas justificación suficiente para una mentira) tendrían mayor probabilidad de adaptar sus actitudes a sus acciones. Al tener una **justificación insuficiente** para sus actos, experimentarían mayor incomodidad (disonancia) y, por ende, estarían más motivados a creer en lo que habían hecho. Los que recibieron 20 dólares tenían justificación suficiente para lo que hicieron (¡era mucho dinero!) y, en consecuencia,

justificación insuficiente
Reducción de la disonancia a través de justificar en forma interna la propia conducta cuando la justificación externa es insuficiente.

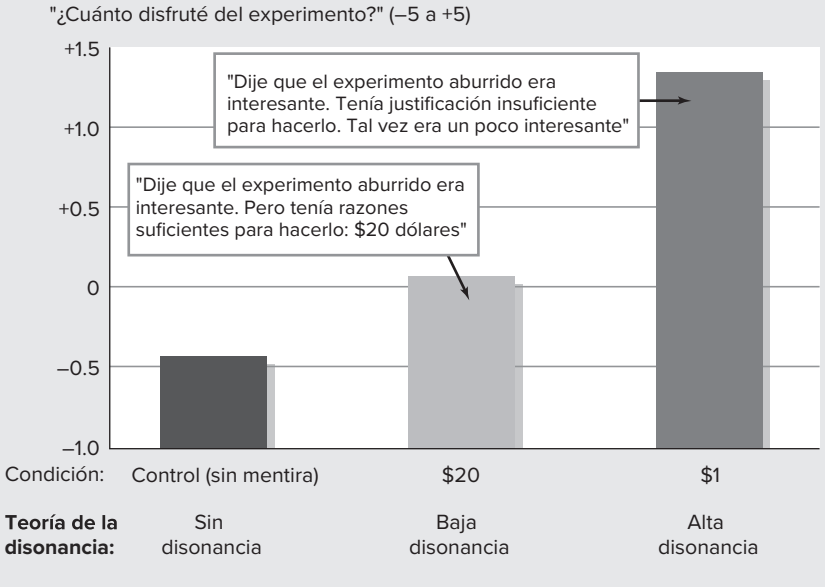


FIGURA 4.4
Justificación insuficiente
La teoría de la disonancia predice que cuando nuestras acciones no se explican plenamente por las recompensas externas o la coacción, experimentamos disonancia, que podemos reducir al creer en lo que hicimos.
Fuente: Datos de Festinger y Carlsmith, 1959.

experimentarían menor disonancia. Como muestra la **figura 4.4**, los resultados confirmaron esta interesante predicción.*

En docenas de experimentos posteriores, el efecto de las actitudes como consecuencia del comportamiento era más intenso cuando las personas sentían que tenían cierta opción y cuando sus acciones tenían consecuencias previsibles. Un experimento solicitaba que la gente leyera frente a una grabadora chistes despectivos acerca de los abogados (por ejemplo: "¿Cómo sabes que un abogado está mintiendo? Porque está hablando"). La lectura producía actitudes más negativas hacia los abogados cuando era una actividad elegida por voluntad propia que coaccionada (Hobden y Olson, 1994). En otros experimentos se ha pedido a la gente que escriba ensayos por la mísera cantidad de 1.50 dólares, más o menos. Cuando el ensayo defiende algo en lo que los participantes no creen, por ejemplo, un aumento en las colegiaturas, los escritores mal pagados sintieron una afinidad un tanto mayor hacia la política. La pretensión se vuelve realidad.

La teoría de la disonancia cognitiva se enfoca en lo que induce una acción deseada. La investigación sugiere que los padres utilizan apenas el suficiente incentivo para producir la conducta deseada.
©Shutterstock / Iakov Filimonov

Ya antes señalamos cómo funciona el principio de la justificación insuficiente con los castigos. Los niños tienen mayor probabilidad de internalizar la petición de no jugar con un juguete atractivo si se les amenaza de manera sutil que cuando su obediencia está poco justificada. Cuando un padre dice: "José, limpia tu cuarto o te quitaré los juguetes", José no necesita justificar de manera interna la limpieza de su cuarto. La amenaza grave es justificación suficiente.

Nótese que la teoría de la disonancia cognitiva no se enfoca en la eficacia relativa de las recompensas y castigos aplicados después de la acción, sino más bien en aquello que induce una acción deseada. Pretende que José diga: "Voy a limpiar mi cuarto porque quiero un cuarto limpio", en lugar de "Voy a limpiar mi cuarto porque mis padres me quitarán todos mis juguetes si no lo hago". El principio es este: *Las actitudes ocurren como consecuencia de las conductas en las que sentimos que tenemos cierta responsabilidad*.

La teoría predice que la gestión autoritaria será eficaz solo cuando la autoridad está presente, porque es poco probable que la gente internalice el comportamiento forzado. Como dijo C. S. Lewis (1974) sobre Bree, un caballo parlante que antes había sido esclavo, en su libro *El caballo y el muchacho*: "Uno de los peores resultados de ser esclavo y de que te obliguen a hacer las cosas es que cuando ya nadie te obliga, descubres que casi perdiste el poder de obligarte a ti mismo" (p. 193). La teoría de la disonancia insiste en que el aliento y la inducción deberían bastar para producir la acción deseada (para que las actitudes ocurran como consecuencia del comportamiento). Pero sugiere que los gerentes, maestros y padres solo deben utilizar el incentivo suficiente para producir la conducta deseada.

Disonancia después de las decisiones

El hincapié en las elecciones y la responsabilidad percibidas implica que las decisiones producen disonancia. Cuando nos enfrentamos a una decisión importante (a cuál universidad asistiremos, con qué persona saldremos, qué empleo aceptaremos) a veces estamos frente a un dilema entre dos opciones igual de atractivas. Quizá podrá recordar alguna ocasión en la que, luego de comprometerse, adquiere una dolorosa conciencia de sus cogniciones disonantes: las características deseables de lo que rechazó y las indeseables de aquello que eligió. Si decidió vivir dentro del campus, es posible que se dé cuenta de que está perdiendo el espacio y la libertad de un departamento a cambio de las habitaciones atestadas y ruidosas de los dormitorios universitarios. Si eligió vivir

*En este experimento hecho en la década de 1950 hay un aspecto último que casi nunca se informa. Imagínese que al final usted regresa con el experimentador, quien le explica con veracidad todo el estudio. No solo se entera de que le tomaron el pelo, sino también que el experimentador le pide que le regrese los 20 dólares. ¿Accedería? Festinger y Carlsmith señalan que sus participantes, todos ellos estudiantes de Stanford, metieron las manos en sus bolsillos y devolvieron el dinero de manera voluntaria. Este es un anticipo de algunas observaciones muy sorprendentes acerca del acatamiento y la conformidad. Como veremos, cuando la situación social hace demandas claras, la gente responde en general como corresponde.

Las grandes decisiones pueden producir gran disonancia cuando uno pondera después los aspectos negativos de lo que se eligió y los positivos de lo que no se eligió.

©Thinkstock/Stockbyte/Getty Images

fuera del campus, quizá se percate de que su decisión implicó la separación física de la universidad y de sus amigos, y de tener que cocinar y limpiar por sí mismo.

Después de tomar decisiones importantes, puede reducir la disonancia promoviendo la alternativa elegida y degradando la que no eligió. En el primer experimento publicado sobre la disonancia (1956), Jack Brehm llevó algunos de sus regalos de boda a su laboratorio en la Universidad de Minnesota y le pidió a las mujeres que calificaran ocho productos, como un tostador, una radio y un secador de pelo. Brehm les mostró luego dos objetos que habían calificado de manera similar y les dijo que podrían quedarse con cualquiera de ellos que eligieran. Luego, al volver a calificar los ocho objetos, las mujeres aumentaron sus evaluaciones del artículo que habían elegido y disminuyeron las del objeto rechazado. Parece que después de elegir algo, el pasto no se vuelve más verde del otro lado de la cerca (más tarde, Brehm confesó que no podía darse el lujo de dejarles quedarse con el objeto que eligieron).

Con las decisiones simples, este efecto de que la decisión influye en las creencias puede engendrar una confianza excesiva (Blanton et al., 2001): "Lo que decidí debe ser lo correcto". El efecto puede ocurrir con mucha rapidez. Robert Knox y James Inkster (1968) encontraron que los apostadores en carreras de caballos que acababan de poner sus apuestas se sintieron más optimistas sobre su decisión que aquellos que estaban a punto de apostar. Nada cambió en los instantes entre ponerse en fila y alejarse de la ventanilla de apuestas, excepto la acción decisiva y los sentimientos de la persona al respecto.

Nuestras preferencias influyen en nuestras decisiones, que entonces moldean nuestras preferencias. Este efecto de influencia de las elecciones sobre las preferencias ocurre incluso después de que las personas oprimen un botón para elegir lo que piensan que fue una alternativa presentada de manera subliminal de unas vacaciones (de hecho no se les presentó nada). Luego tendieron a preferir las vacaciones que creyeron haber elegido (Sharot et al., 2010, 2012). Lo que es más, una vez que las personas eligen un destino vacacional, lo siguieron prefiriendo hasta tres años después.

"Cada vez que eliges una opción, conviertes la parte central de ti mismo, aquella que elige, en algo un poco diferente de lo que era antes".

—C. S. *Lewis, Mero cristianismo,* 1942

Una vez que se toman, las decisiones desarrollan sus propias bases de autojustificación. A menudo, estas nuevas bases tienen la suficiente fuerza como para que si una se desmorona, quizá la original, como en el caso de la guerra de Irak, la decisión no se colapse. Rosalía decide hacer un viaje a casa si puede conseguir un boleto de avión que le cueste menos de 500 dólares. Así ocurre, de modo que hace la reservación y empieza a pensar en las razones adicionales por las que le encantaría ver a su familia. Sin embargo, cuando va a comprar el boleto, se entera de que

Detalles DE LA HISTORIA

Leon Festinger habla sobre la reducción de la disonancia

A partir de un terremoto que ocurrió en la India en 1934, se corrieron rumores fuera de la zona de desastre acerca de que vendrían peores desastres en el futuro. Se me ocurrió que estos rumores podrían ser justificantes de la ansiedad: cogniciones que justificarían sus temores persistentes. A partir del germen de esa idea, desarrollé mi teoría sobre la reducción de la disonancia: lograr que el propio punto de vista del mundo se ajuste a los propios sentimientos o a lo que uno hizo.

Leon Festinger (1920-1989)

©Estate of Francis Bello/Science Source/ Photo Researcher, Inc.

la tarifa aumentó a 575 dólares. Pero no importa; ahora está decidida a ir. De acuerdo con Robert Cialdini (1984, p. 103), rara vez se le ocurre a la gente "que podría ser que esas razones adicionales nunca hubieran existido si no se hubiera tomado inicialmente la decisión".

AUTOPERCEPCIÓN

Aunque la teoría de la disonancia ha inspirado muchas investigaciones, una teoría incluso más sencilla también explica sus fenómenos. Consideremos cómo hacemos inferencias sobre las actitudes de otras personas. Vemos cómo actúa una persona en una situación específica y luego atribuimos el comportamiento ya sea a los rasgos y actitudes de la persona, o a fuerzas ambientales. Si vemos que unos padres obligan a su hijo Juanito de 10 años a decir: "Lo siento", entonces atribuimos la disculpa del niño a la situación, no a su arrepentimiento personal. Pero si vemos que Juanito se disculpa sin existir coacción, atribuimos la disculpa al niño en sí (**figura 4.5**).

La **teoría de la autopercepción** (que propuso Daryl Bem, 1972) supone que hacemos inferencias parecidas cuando observamos nuestro propio comportamiento. Cuando nuestras actitudes son débiles o ambiguas, la situación se parece a lo que sucede si alguien nos observara desde fuera. Escucharme hablar me informa sobre mis actitudes; ver mis acciones me proporciona indicios de qué tan firmes son mis creencias. Si me observo actuando como líder, empiezo a pensar en mí mismo como líder (Miscenko et al., 2017). Cuando fumo, empiezo a pensar en mí mismo como fumador (Hertel y Mermelstein, 2016). Esto ocurre en especial cuando no puedo atribuir con facilidad mi propia conducta a limitaciones externas. Los actos que realizamos con libertad son autorreveladores.

El grado en que nuestro comportamiento guía nuestras autopercepciones quedó demostrado en un inteligente estudio de investigadores de la Universidad Lund en Suecia (Lind et al., 2014). Los investigadores se preguntaron: ¿qué experimentaríamos si dijéramos una cosa, pero nos escucháramos decir otra? ¿Le creeríamos a nuestros oídos? A través de unos audífonos, la gente se escuchó nombrar diversos colores de fuentes, como "gris", cuando se les mostraba la palabra "verde" en color gris. Pero, a veces, los bromistas investigadores sustituían la voz del participante, la cual habían grabado con anterioridad diciendo otra palabra, como "verde". De manera notable, dos

teoría de la autopercepción
Teoría que afirma que cuando no estamos seguros de nuestras actitudes, las inferimos en gran medida como lo haría alguien que nos observara, advirtiendo nuestro comportamiento y las circunstancias en las que ocurre.

"La mejor manera de adquirir autoconocimiento no es por medio de la contemplación, sino de la acción".

—Goethe (1749-1832)

"Puedo observarme a mí misma y a mis acciones como lo podría hacer alguien desde fuera".

—Ann Frank, *El diario de Ana Frank,* 1947

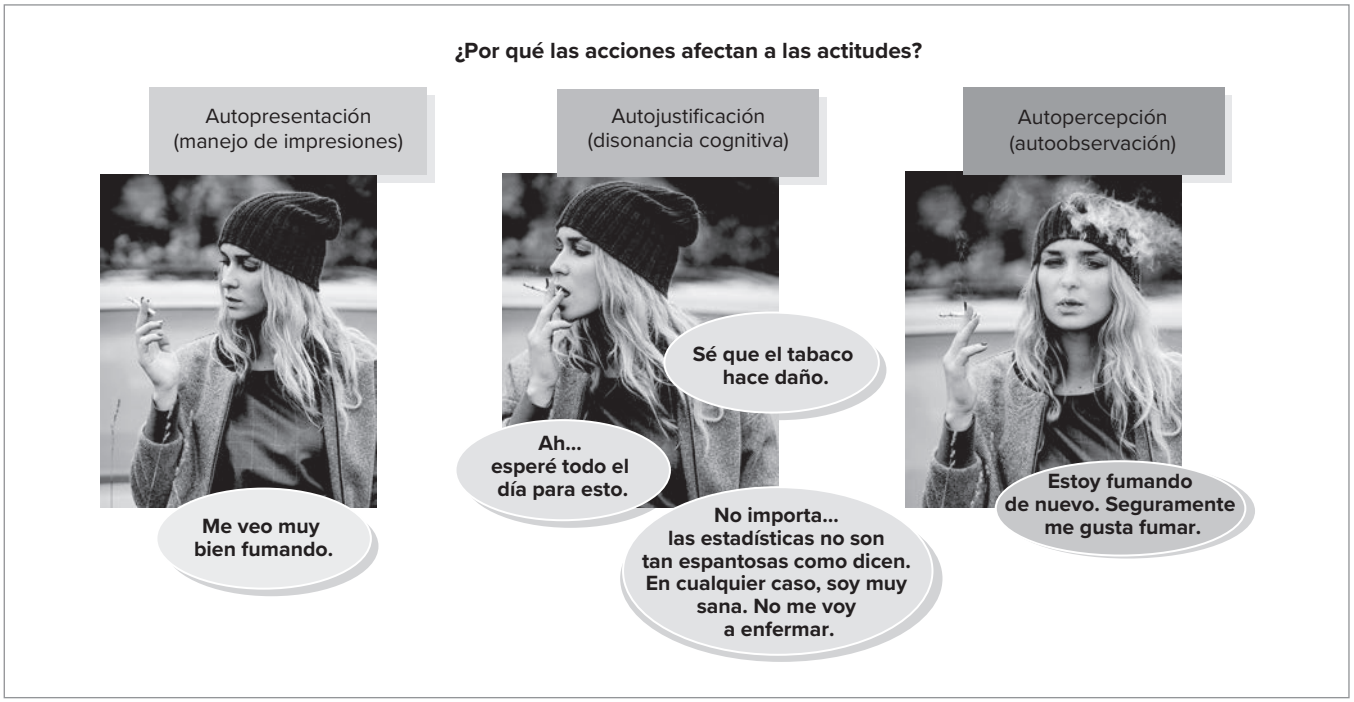


FIGURA 4.5

Tres teorías que explican por qué las actitudes son consecuencia del comportamiento

©Anton Dotsenko/123RF

tercios de los cambios de palabras pasaron inadvertidos. ¡Las personas experimentaron la palabra insertada como producida por ellas mismas!

Hace más de un siglo, el psicólogo William James propuso un proceso similar de autopercepción para la experiencia de la emoción. James sugería que inferimos nuestras emociones a partir de la observación de nuestro cuerpo y de nuestro comportamiento. Una mujer se enfrenta en el bosque con un estímulo, como el gruñido de un oso. Se tensa, aumentan sus latidos cardiacos, segrega adrenalina y sale corriendo. Al observar esto, después experimenta temor. En una universidad donde yo [DM] daba una conferencia, desperté antes del amanecer y ya no pude volver a conciliar el sueño. Al percatarme de mi insomnio, concluí que con seguridad estaba ansioso. Un amigo mío estaba temblando mientras esperaba fuera del escenario antes de pasar a dar una conferencia e infirió que estaba muy nervioso. Cuando descubrió que el piso, que estaba encima del sistema de aire acondicionado, estaba vibrando, desapareció su nerviosismo autopercibido.

Expresiones y actitud

Es posible que tenga dudas sobre el efecto de la autopercepción como yo [DM] las tenía. Los experimentos sobre los efectos de las expresiones faciales sugieren una forma en que puede experimentarlo. Cuando James Laird (1974, 1984) indujo a los estudiantes universitarios a fruncir el ceño mientras ponían electrodos en sus rostros ("contraiga estos músculos", "junte sus cejas") informaron sentirse enojados. Es más divertido hacer el intento con otro de los hallazgos de Laird: aquellos inducidos a poner una sonrisa en su rostro se sintieron más felices y consideraron más graciosas unas caricaturas. Aquellos a los que se les indujo a practicar en forma repetida expresiones felices (en lugar de tristes o enojadas) quizá tengan recuerdos más felices y descubran un estado de ánimo feliz prolongado (Schnall y Laird, 2003). Un equipo de investigación japonés creó expresiones, y emociones, similares adhiriendo ligas a los lados de la cara y luego estirándolas, ya fuera por encima de la cabeza (elevando las mejillas para formar una sonrisa) o por debajo del mentón (Mori y Mori, 2009).

efecto de realimentación facial
La tendencia de las expresiones faciales a provocar sentimientos correspondientes, como temor, enojo o felicidad.

Algunos ingeniosos estudios de seguimiento encontraron más ejemplos de este **efecto de realimentación facial** (y corporal):

- El botox suaviza las arrugas emocionales. Nos resulta difícil saber qué están sintiendo las personas que se pusieron botox y que tienen la cara inmóvil, pero también les resulta difícil saberlo a ellas mismas. Paralizar con botox los músculos que permiten que la persona frunza el ceño retrasa la actividad en sus circuitos cerebrales relacionados con la emoción y vuelve más lenta su lectura de oraciones relacionadas con la tristeza o el enojo (Havas et al., 2010; Hennenlotter et al., 2008). Aplicar botox a esos mismos músculos disminuye los síntomas depresivos de los pacientes psiquiátricos (Wollmer et al., 2012). (Aumentar el movimiento de fruncir el ceño cuando se mira al sol fomenta los sentimientos agresivos [Marzoli et al., 2013]). Es más, la incapacidad para imitar las expresiones de otras personas dificulta entender las emociones ajenas (Neal y Chartrand, 2011). El botox entorpece la cognición corporizada.
- Cuando se instruye a las personas para que se sienten derechas y que saquen el pecho, tienen más confianza en sus ideas escritas que cuando se sientan encorvadas y con la mirada hacia abajo (Briñol et al., 2009).
- Incluso los movimientos para articular las palabras tienen tintes emocionales. En una serie de experimentos, individuos tanto de habla alemana como de habla inglesa prefirieron las palabras y nombres sin sentido dichos con movimientos hacia adentro (como para tragar), como "BENOKA", en lugar de aquellos con movimientos hacia afuera (como para escupir), como KENOBA (Topolinski et al., 2014).

Todos los empleados de Nippon Airways, que muerden palillos de madera, sonríen durante una sesión de entrenamiento de la sonrisa. Los investigadores informan que las personas que utilizan los palillos para activar los músculos de la sonrisa durante experiencias de estrés en el laboratorio también se recuperan con mayor rapidez (Kraft y Pressman, 2012).
©Kyodo News International, Inc.

Todos hemos experimentado este fenómeno. Nos sentimos malhumorados y entonces recibimos una llamada telefónica o alguien toca a la puerta y provoca en nosotros una

conducta amable y cordial. "¿Cómo te va?". "Todo bien, gracias. ¿Cómo estás tú?". "Oh, nada mal...". Si nuestro mal humor no era intenso, este comportamiento agradable puede cambiar nuestra actitud. Poner un rostro alegre nos reaviva. Es difícil sonreír y sentirse enojado. Los movimientos activan las emociones.

Incluso su marcha puede afectar cómo se sienta. Cuando se levante después de estar leyendo este capítulo, camine durante un minuto con pasos cortos, arrastrando los pies y con la mirada baja. Esa es una estupenda manera de sentirse deprimido. "Si está todo el día sentado con una postura desanimada, suspirando y respondiendo a todo con voz trágica, su melancolía persiste", señalaba William James (1890, p. 463).

Si nuestras expresiones influyen en nuestros sentimientos, ¿imitar las expresiones de otras personas nos ayudaría a saber lo que sienten? Un experimento de Katherine Burns Vaughan y John Lanzetta (1981) sugiere que así sucede. Les pidieron a los alumnos del Dartmouth College que observaran a alguien que recibía un supuesto choque eléctrico. A algunos de los observadores les pidieron que pusieran una expresión de dolor cada vez que se presentara el choque. Si, como suponían Freud y otras personas, la expresión de una emoción nos permite descargarla, entonces la expresión de dolor debería ser tranquilizadora de manera interna (Cacioppo et al., 1991). Sin embargo, en comparación con otros estudiantes que no actuaron las expresiones, aquellos que gesticularon transpiraron más y tuvieron frecuencias cardiacas más rápidas cuando vieron la aplicación del choque. Actuar la emoción de la persona permitió que los observadores sintieran más empatía. Así que, para percibir lo que otros sienten, permita que su rostro y su cuerpo imiten sus expresiones.

De hecho, difícilmente tiene que intentarlo. Al observar los rostros, posturas, estilos de escritura y voces de otras personas, de manera natural e inconsciente las imitamos (Hartfield et al., 1992; Ireland y Pennebaker, 2010). Sincronizamos nuestros movimientos, posturas y tonos de voz a los suyos, y hacerlo nos ayuda a sintonizarnos con lo que están sintiendo. También provoca un contagio emocional, lo cual ayuda a explicar por qué es divertido estar con personas felices y deprimente estar con personas deprimidas.

Nuestras expresiones faciales también influyen en nuestras actitudes. En un ingenioso experimento, Gary Wells y Richard Petty (1980) pidieron a los estudiantes de la Universidad de Alberta que probaran unos audífonos haciendo movimientos verticales u horizontales con la cabeza mientras escuchaban un comentario de opinión en la radio. Los estudiantes que hicieron movimientos verticales, que estaban asintiendo (lo cual es una señal no verbal de acuerdo), tuvieron en mayor probabilidad de informar después que coincidían con el comentario de opinión. Inténtelo usted mismo mientras escucha a alguien: ¿siente que coincide más cuando asiente (dice que "sí" de manera no verbal) que cuando mueve la cabeza hacia los lados (dice que "no" de manera no verbal)? ¡Incluso sentarse en una silla que se ladea a la izquierda, en lugar de a la derecha, ha conducido a la gente a inclinarse más hacia la izquierda en las actitudes políticas que expresa (Oppenheimer y Trail, 2010)!

"La libre expresión de las señales externas de una emoción la intensifican. Por otro lado, reprimir en la medida de lo posible todas las señales externas mitiga nuestras emociones".

—Charles Darwin, *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre,* 1897

Sobrejustificación y motivaciones intrínsecas

Recuerde el efecto de la justificación insuficiente: el menor incentivo que induce a la gente a hacer algo logrará de manera más eficaz que le guste y que siga haciéndolo. La teoría de la disonancia cognitiva lo explica así: cuando las inducciones externas son insuficientes para justificar nuestro comportamiento, reducimos de manera interna la disonancia mediante la justificación de la conducta.

La teoría de la autopercepción ofrece una justificación diferente: las personas explican su comportamiento percatándose de las condiciones en las que ocurre. Imagine que escucha a alguien que proclama la conveniencia de un aumento en las colegiaturas porque le pagaron 20 dólares. Con seguridad esa declaración parecería más sincera si pensara que la persona expresa esas opiniones sin que se le pague. Quizá hagamos inferencias similares cuando nos observamos a nosotros mismos: observamos nuestras acciones no forzadas e inferimos nuestra actitud.

efecto de sobrejustificación
El resultado de sobornar a las personas para que hagan lo que ya están haciendo: es posible que consideren que sus acciones están controladas de manera externa, en lugar de ser atractivas en un sentido intrínseco.

Pero la teoría de la autopercepción llega un paso más allá. Por el contrario de la idea de que las recompensas siempre aumentan la motivación, las recompensas innecesarias pueden tener un costo oculto. Recompensar a la gente por hacer lo que ya les gusta puede conducir a que atribuyan sus acciones a la recompensa. En ese caso, eso socavaría su autopercepción de que lo hacen porque quieren. Los experimentos confirmaron este **efecto de sobrejustificación** (Deci y Ryan, 1991, 2012; Lepper y Greene, 1979). Si se le paga a la gente por armar un rompecabezas, después lo armarán menos que aquellos que lo hacen sin recibir paga. Si promete a los niños una recompensa por

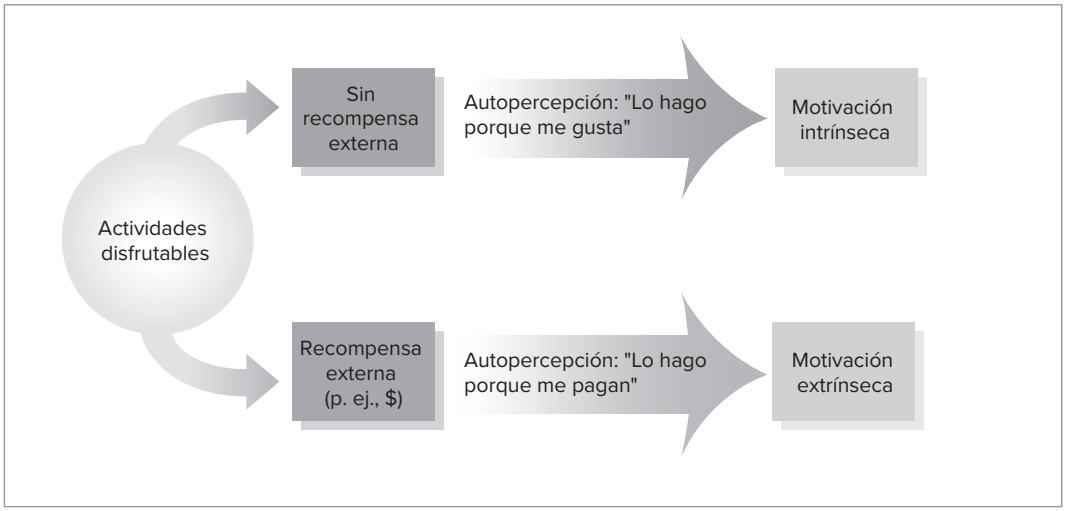


FIGURA 4.6
Motivación intrínseca y extrínseca
Cuando las personas hacen algo que disfrutan, sin recibir recompensa y sin forzarlas, atribuyen su comportamiento a su amor por la actividad. Las recompensas externas socavan su motivación intrínseca al conducir a la gente a atribuir su comportamiento al incentivo.

hacer lo que disfrutan por sí mismos (por ejemplo, jugar con marcadores), convertirá su juego en un trabajo (**figura 4.6**).

Una fábula ilustra el efecto de sobrejustificación: un anciano vivía solo en una calle donde todas las tardes los niños hacían mucho ruido al jugar. El escándalo le molestaba, así que un día llamó a los niños a su puerta. Les dijo que le encantaba el alegre sonido de las voces infantiles y les prometió 50 centavos si regresaban al día siguiente. La tarde siguiente, los jóvenes regresaron con gran prisa y jugaron con más gusto que nunca. El anciano les pagó y les prometió otra recompensa al día siguiente. De nuevo regresaron, haciendo gran alharaca, y el viejo les volvió a pagar, esta vez 25 centavos. Al día siguiente recibieron solo 15 centavos y el hombre les explicó que sus magros recursos se habían acabado. "Pero, por favor, ¿vendrían mañana a jugar si les pago 10 centavos?". Los niños decepcionados le dijeron al viejo que no regresarían. Según pensaban, ya no valía la pena jugar toda la tarde junto a su casa por solo 10 centavos.

"No canto porque esté feliz. Estoy feliz porque canto".

La autopercepción en acción.
©Ed Frascino. Derechos reservados. Utilizado con autorización.

Como supone la teoría de la autopercepción, una recompensa *no anticipada* no reduce el interés intrínseco, porque la gente sigue atribuyendo sus acciones a su propia motivación (Bradley y Mannell, 1984; Tang y Hall, 1995). Y si los elogios por un buen trabajo nos hacen sentir más competentes y exitosos, esto puede aumentar de hecho nuestra motivación intrínseca. Cuando se aplican de la manera correcta, las recompensas también pueden fomentar la creatividad (Eisenberger et al., 1999, 2003, 2009).

Muchas tareas en la vida combinan recompensas intrínsecas y extrínsecas. Una enfermera siente satisfacción por cuidar a los pacientes y recibir un pago. Un estudiante aprende y recibe una buena calificación. Irónicamente, como informan Amy Wrzesniewski, Barry Schwartz y sus colaboradores (2014a,b), ayudar a las personas a enfocarse en el significado intrínseco de su trabajo fomenta tanto la calidad de este como su éxito vocacional y económico.

El efecto de sobrejustificación ocurre cuando alguien ofrece de antemano una recompensa innecesaria como esfuerzo obvio del control del comportamiento. Lo que importa es lo que implica una recompensa: las recompensas y elogios que le informan a la gente sobre sus logros (que les hacen sentir "Soy muy buena en esto") fomentan la motivación intrínseca. Las recompensas que pretenden controlar a la gente y que la llevan a creer que fue la recompensa lo que causó su esfuerzo ("Lo hice por dinero") reducen el atractivo intrínseco de una tarea disfrutable (Rosenfeld et al., 1980; Sansone, 1986).

Entonces, ¿cómo podemos cultivar el disfrute de la gente con tareas que en un principio no son agradables? Es posible que las primeras lecciones de piano de María sean frustrantes. Quizá Toshi no tenga un amor intrínseco por las clases de ciencias naturales de segundo de secundaria. Tal vez DeShawn se embarque en una profesión sin esperar con gusto sus primeras llamadas de ventas. En esos casos, es probable que los padres, maestros o gerentes utilicen

algunos incentivos para inducir el comportamiento deseado (Boggiano y Ruble, 1985; Cooke et al., 2011; Workman y Williams, 1980). Después de que la persona accede, sugieren una razón intrínseca para hacerlo: "No me sorprende que las llamadas de ventas hayan salido bien, porque eres muy bueno para dejar una buena primera impresión".

Si proporcionamos a los estudiantes una justificación suficiente como para realizar una tarea de aprendizaje y utilizamos las recompensas y señalamientos para ayudarles a sentirse competentes, es posible que mejoremos su disfrute y su buena disposición para explorar los temas por voluntad propia. Cuando existe demasiada justificación (como sucede en las aulas cuando los maestros dictan el comportamiento y utilizan las recompensas para controlar a los niños) es posible que el aprendizaje impulsado por los estudiantes se reduzca (Deci y Ryan, 1985, 1991, 2008). Mi hijo menor [DM] consumía con entusiasmo seis u ocho libros de la biblioteca en una semana, hasta que la biblioteca empezó un club de lectura que le prometía una fiesta a los que leyeran 10 libros en tres meses. Tres semanas después, mi hijo empezó a sacar solo uno o dos libros durante nuestras visitas semanales. ¿Por qué? "Porque, ya sabes, solo tienes que leer 10 libros".

COMPARACIÓN DE LAS TEORÍAS

Vimos una explicación de por qué nuestras acciones solo podrían *parecer* que afectan a nuestras actitudes (*teoría de la autopresentación*). Y también vimos dos explicaciones de por qué nuestros actos afectan en verdad nuestras actitudes: (1) la *suposición* de la teoría de la disonancia acerca de que justificamos nuestro comportamiento para reducir nuestra incomodidad interna, y (2) la suposición de la teoría de la *autopercepción* acerca de que observamos nuestro comportamiento y hacemos inferencias razonables sobre nuestras actitudes de manera muy parecida a cuando observamos a otros e inferimos *sus* actitudes.

Estas dos explicaciones parecen contradecirse. ¿Cuál es la correcta? Es difícil encontrar una prueba definitiva. En la mayoría de los casos llegan a las mismas predicciones y podemos torcer cada una de las teorías para acomodar la mayoría de los hallazgos que consideramos (Greenwald, 1975). Daryl Bem (1972), teórico de la autopercepción, incluso sugirió que todo se reduce a lealtades y preferencias personales. Esto ilustra el elemento humano en las teorías científicas. Ni la teoría de la disonancia ni la de la autopercepción nos llegaron por naturaleza. Ambas son productos de la imaginación humana: intentos creativos de simplificar y explicar nuestras observaciones.

En la ciencia, no es inusual que encontremos que un principio, como el de que "las actitudes son consecuencia del comportamiento", sea predecible a partir de más de una teoría. El físico Richard Feynman (1967) se maravillaba de que "una de las características asombrosas de la naturaleza" sea el "amplio rango de hermosas maneras" en las que podemos describirla: "No entiendo las razones por las que las leyes correctas de la física parecen poderse expresar en una variedad tan enorme de formas" (pp. 53-55). Como los diferentes caminos que llevan al mismo sitio, distintos conjuntos de suposiciones pueden llevarnos al mismo principio. En cualquier caso, esto fortalece nuestra confianza en el principio. Se vuelve creíble no solo debido a los datos que lo sustentan, sino también a que descansa sobre más de un pilar teórico.

Disonancia como agitación

¿Podemos saber que una de las teorías es mejor? La teoría de la disonancia gana en un sentido: la discrepancia entre actitudes y conducta sí parece provocar agitación, en particular si la conducta tiene consecuencias indeseables de las que la persona se siente responsable (Cooper, 1999; Elliot y Devine, 1994). Si en la privacidad de su habitación usted dice algo que no cree, su disonancia será mínima. Será mucho mayor si tiene resultados desagradables; es decir, si alguien lo escucha y le cree, cuando la afirmación causa daño y los efectos negativos son irreversibles, y si la persona dañada es alguien a quien usted quiere. Es más, si usted se siente responsable de esas consecuencias, si no puede encontrar con facilidad una excusa para su acción porque accedió por su voluntad a ella y pudo prever las consecuencias, entonces avivará una disonancia incómoda. Tal agitación relacionada con la disonancia se puede detectar como un aumento en la transpiración y en la frecuencia cardiaca (Cacioppo y Petty, 1986; Croyle y Cooper, 1983; Losch y Cacioppo, 1990).

¿Por qué decir o hacer algo indeseable de manera voluntaria provoca tanta agitación? Porque, como sugiere la teoría de la autoafirmación, tales actos son vergonzosos (Steele, 1988). Nos hacen sentir tontos. Amenazan nuestro sentido de competencia personal y de bondad. En consecuencia, justificar nuestras acciones y decisiones es una *autoafirmación*: protege y apoya nuestro sentido de integridad y valía personal. Cuando la gente participa en acciones generadoras de disonancia, su

teoría de la autoafirmación
Una teoría acerca de que (a) con frecuencia las personas experimentan una amenaza a su autoimagen después de participar en un comportamiento indeseable, y (b) pueden compensarlo al afirmar otro aspecto de sí mismas. Si se amenaza el autoconcepto de las personas en un ámbito, lo compensarán reenfocándose o llevando a cabo alguna buena acción en algún otro ámbito.

Después de cometer algo indeseable o vergonzoso, las personas pueden reafirmar su autoimagen llevando a cabo una buena acción.
©Ariel Skelley/Blend Images LLC

lóbulo frontal izquierdo, encargado del pensamiento vibra con una agitación adicional (Harmon-Jones et al., 2008). Estos son los engranajes del cambio de creencias en acción.

¿Qué supone que sucede entonces si le ofrecemos a la gente que cometió actos contradictorios una manera de reafirmar su autovalía, como realizar una buena acción? En varios experimentos, las personas cuyos autoconceptos se restauraron sintieron una necesidad mucho menor de justificar sus actos (Steele et al., 1993). Las personas con una autoestima elevada y segura también se justifican menos a sí mismas (Holland et al., 2002).

De modo que las condiciones de disonancia sí agitan la tensión, en especial cuando amenazan los sentimientos positivos de autovalía. ¿Pero esta agitación es necesaria para el efecto del cambio de actitudes como consecuencia del comportamiento? Steele y sus colaboradores (1981) creen que sí. En uno de sus experimentos, indujeron a los estudiantes de la Universidad de Washington a escribir ensayos a favor de un gran aumento en las colegiaturas. Los estudiantes redujeron su disonancia resultante suavizando sus actitudes contrarias a las colegiaturas, *a menos* de que después de escribir el ensayo bebieran alcohol. En apariencia, la ingestión de alcohol los relajó lo suficiente como para eliminar la agitación provocada por la disonancia.

Autopercepción cuando no nos contradecimos

"Es bastante sorprendente que, después de 40 años de su publicación, la teoría de la disonancia cognitiva siga pareciendo tan fuerte e interesante como siempre".

—Psicólogo social Jack W. Brehm (1999)

La disonancia provoca una agitación incómoda. Eso conduce a la autopersuasión después de actuar en contra de las propias actitudes. Pero la teoría de la disonancia no puede explicar los cambios de actitud que ocurren sin disonancia. Cuando las personas defienden una posición que es acorde a su opinión, aunque vaya uno o dos pasos más allá de ella, no experimentan la agitación de la disonancia y, sin embargo, de todos modos adaptan sus actitudes a lo que acaban de expresar (Fazio et al., 1977, 1979). La teoría de la disonancia tampoco explica el efecto de sobrejustificación, porque recibir un pago para hacer lo que a uno le gusta no debería provocar gran tensión. ¿Y qué pasa con las situaciones en las que las acciones no contradicen ninguna actitud: por ejemplo, cuando se induce a la gente a sonreír o hacer muecas? En esos casos tampoco debería haber disonancia. Para esas ocasiones, la teoría de la autopercepción tiene lista una explicación.

En pocas palabras, la teoría de la disonancia explica con éxito lo que sucede cuando actuamos de manera contraria a las actitudes definidas con claridad: sentimos una tensión, de modo que adaptamos nuestras actitudes para reducirla. En consecuencia, la teoría de la disonancia explica el *cambio* de actitudes. En situaciones en las que nuestras actitudes no están bien formadas, la teoría de la autopercepción explica la *formación* de actitudes. A medida que actuamos y reflexionamos, desarrollamos actitudes accesibles con más facilidad que guíen nuestro comportamiento futuro (Fazio, 1987; Roese y Olson, 1994).

EN RESUMEN: ¿Por qué nuestro comportamiento afecta nuestras actitudes?

Tres teorías diferentes explican por qué nuestras acciones afectan nuestros informes de actitud.

- La *teoría de la autopresentación* supone que las personas, en especial aquellas que vigilan su comportamiento con la esperanza de crear buenas impresiones, adaptarán sus informes de actitudes para parecer consistentes con sus acciones. La evidencia disponible confirma que la gente sí adapta sus declaraciones de actitud debido a la preocupación de lo que podrán pensar otras personas. Pero también muestra la presencia de cierto grado de cambio genuino en las actitudes.

Dos de estas teorías proponen que nuestros actos activan un cambio genuino de actitudes.

- La *teoría de la disonancia* explica este cambio suponiendo que sentimos tensión luego de actuar de manera contraria a nuestras actitudes o de tomar decisiones difíciles. Para reducir esa agitación, justificamos de manera interna

nuestra conducta. La teoría de la disonancia propone de manera adicional que mientras menos justificación externa tengamos para nuestros actos indeseables, más responsables nos sentimos de ellos y, por ende, ocurre una mayor disonancia y se da un mayor cambio en actitud para ajustarse a nuestros actos.

- La *teoría de la autopercepción* supone que cuando nuestras actitudes son débiles, simplemente observamos nuestro comportamiento y sus circunstancias, y luego inferimos nuestras actitudes. Una implicación interesante de esta teoría es el efecto de sobrejustificación. Recompensar a la gente por hacer aquello que haría de todos modos puede convertir su placer en aburrimiento (si la recompensa les conduce a atribuir su comportamiento a la recompensa).
- La evidencia sustenta las predicciones de ambas teorías, al sugerir que cada una describe lo que ocurre en determinadas condiciones.

POSDATA:
Cambiarnos a través de la acción

Para lograr que cualquier cosa se vuelva hábito, hazla.

Para no convertirla en hábito, no la hagas.

Para deshacer un hábito, haz alguna otra cosa en lugar de eso.

—Epicteto, filósofo griego estoico

El principio de que las actitudes son consecuencia de la conducta, presentado en este capítulo, ofrece una poderosa lección de vida: si queremos cambiarnos de alguna manera importante, lo mejor no es esperar que llegue el discernimiento o la inspiración. A veces necesitamos actuar: empezar a redactar ese trabajo, hacer esas llamadas telefónicas, ver a esa persona, aunque no sintamos deseos de actuar. Jacques Barzun (1975) reconoció el poder energizante de la acción cuando aconsejó a los aspirantes a escritores que realizaran el acto de escribir, incluso cuando la contemplación les hiciera sentir inciertos sobre sus ideas:

> Si es demasiado modesto acerca de sí mismo o siente franca indiferencia hacia el posible lector y, sin embargo, tiene que escribir, entonces debe fingir. Simule que quiere convencer a alguien de su opinión; en otras palabras, adopte una tesis y empiece a exponerla... Con un leve esfuerzo de este tipo al inicio, un desafío a la expresión, encontrará que su engaño desaparece y empieza a filtrarse una verdadera preocupación. El tema se habrá apoderado de usted como sucede en la obra de todos los escritores asiduos (pp. 173-174).

Este fenómeno de que las actitudes ocurren como consecuencia del comportamiento no es irracional o mágico. Aquello que nos impulsa a actuar también puede impulsarnos a pensar. Escribir un ensayo o adoptar una perspectiva contraria en la interpretación de rol nos fuerza a considerar los argumentos que de otro modo podríamos ignorar. Asimismo, recordamos mejor la información después de explicarla en nuestros propios términos. Como me escribió [DM] un alumno: "No fue sino hasta que traté de verbalizar mis creencias que realmente las entendí". Por ende, como maestro y escritor, debo recordarme no exponer siempre resultados terminados. Es mejor estimular a los estudiantes a pensar en las implicaciones de una teoría, a volverse escuchas y lectores activos. Incluso tomar apuntes profundiza la impresión. William James (1899) dejó claro ese concepto hace un siglo: "No hay recepción sin reacción, no hay impresión sin expresión correlativa: esa es la gran máxima que el maestro nunca debe olvidar".

"Si deseamos vencer las tendencias emocionales indeseables en nosotros mismos, debemos [...] llevar a cabo de manera despiadada las conductas externas de aquellas disposiciones contrarias que preferiríamos cultivar".

—William James, ¿Qué es una emoción", 1884

Genética, cultura y género

CAPÍTULO 5

©hadynyah/E+/Getty Images

¿Cómo influye el aspecto biológico en nosotros?

¿Cómo influye la cultura en nosotros?

¿En qué se parecen varones y mujeres y en qué difieren?

¿Qué podemos concluir sobre la genética, la cultura y el género?

Posdata: ¿Deberíamos considerarnos producto de nuestra constitución biológica o de nuestra cultura?

"Por nacimiento, iguales; por costumbre, distintos".

—Confucio, *Analectas*

Los capítulos anteriores trataron sobre la manera en que *pensamos* los unos de los otros. Los siguientes tratarán acerca de la forma en que *influimos* unos sobre otros *y* sobre cómo nos *relacionamos*. Exploraremos el interés central de la psicología social: los poderes de la influencia social. ¿Qué son estas fuerzas sociales invisibles que nos atraen y nos repelen? ¿Qué tan poderosas son? Las investigaciones relacionadas con la influencia social nos ayudan a iluminar los hilos invisibles a través de los cuales nos mueven nuestros mundos sociales. En el presente capítulo, consideraremos tres temas relacionados: influencias genéticas y evolutivas, influencias culturales y diferencias de género.

Al acercarse a la Tierra desde una distancia de años luz de nuestro planeta, los científicos extraterrestres a los que se les asignó el estudio del *Homo sapiens* empiezan a sentirse emocionados. Su plan: observar a dos humanos elegidos de manera

aleatoria. Su primer sujeto, Jessica, es una abogada litigante de palabras audaces que creció en Nashville, pero que se mudó al Oeste en busca del estilo de vida californiano. Después de un amorío y un divorcio, Jessica está disfrutando de sus segundas nupcias. Sus amigos la describen como pensadora independiente, confiada, competitiva y algo dominante.

Su segundo sujeto, Tomoko, vive con su esposa y sus dos hijos en un pueblecito rural de Japón a corta distancia de los padres de ambos. Tomoko se siente orgulloso de ser un buen hijo, un marido fiel y un padre protector. Sus amigos lo describen como amable, gentil, respetuoso, sensible y preocupado por sus parientes.

A partir de su pequeña muestra de dos personas de distintos géneros y culturas, ¿qué podrían concluir nuestros investigadores extraterrestres acerca de la naturaleza humana? ¿Acaso se preguntarían si sus dos sujetos provienen de dos distintas subespecies? ¿O advertirían las semejanzas más profundas debajo de las diferencias superficiales?

Las preguntas a las que se enfrentan nuestros científicos extraterrestres son aquellas a las que se enfrentan los científicos actuales de nuestro propio planeta: ¿cómo nos diferenciamos los humanos? ¿En qué nos parecemos? En un mundo que debe encarar las diferencias culturales, ¿podemos aprender a aceptar nuestra diversidad y a valorar nuestras identidades culturales al tiempo que reconocemos los lazos de humanidad que nos unen? Nuestra creencia es que es posible lograrlo. Para ver por qué, debemos considerar las raíces evolutivas, culturales y sociales de nuestra humanidad. Después, analizaremos cómo cada influencia podría ayudarnos a comprender las semejanzas y diferencias de género.

¿CÓMO INFLUYE EL ASPECTO BIOLÓGICO EN NOSOTROS?

Describa cómo explica la perspectiva evolutiva el comportamiento humano, incluyendo las diferencias de género.

En muchas formas importantes, Jessica y Tomoko son más parecidos que diferentes. Como miembros de una misma familia enorme con ancestros comunes, comparten no solo aspectos biológicos similares, sino también tendencias conductuales. Cada uno duerme y se despierta, siente hambre y sed, y desarrolla un lenguaje a través de mecanismos idénticos. Tanto Jessica como Tomoko prefieren los sabores dulces a los agrios y les temen más a las serpientes que a los gorriones. Ellos, al igual que sus familiares del planeta entero, comprenden los gestos de desagrado y las sonrisas de los otros.

Jessica y Tomoko, y todo el resto de nosotros, somos intensamente sociales. Nos unimos a grupos, nos ponemos de acuerdo y reconocemos distinciones de estatus social. Retribuimos favores, castigamos ofensas y nos afligimos ante la muerte de nuestros seres queridos. De niños, a partir de alrededor de los ocho meses de edad, nos mostramos temerosos ante las personas desconocidas y, como adultos, favorecemos a los miembros de nuestros propios grupos. Al vernos confrontados por aquellos con actitudes o atributos diferentes, reaccionamos de manera recelosa o negativa. El antropólogo Donald Brown (1991, 2000) identificó cientos de patrones universales de comportamiento o de lenguaje de este tipo. Como ejemplo tan solo de aquellos que empiezan con la letra "v", toda sociedad humana tiene verbos, violencia, visitas y vocales.

Incluso una buena parte de nuestra moralidad es común en distintas culturas y eras. Antes de que puedan caminar, los bebés exhibirán un sentido moral y desaprobarán aquello que es incorrecto o una acción desobediente (Bloom, 2010). Personas jóvenes y viejas, mujeres y hombres, sea que vivan en Tokio, Teherán o Toledo dirán: "no" si se les pregunta: "si se está colando un gas letal por un conducto de ventilación que desemboca en una habitación con siete personas, ¿está bien meter a una persona al conducto de ventilación para evitar que el gas llegue a las otras siete

personas aunque muera esa única persona?". Y es más probable que respondan "sí" al preguntarles si está bien permitir que alguien se meta en el conducto de ventilación sacrificándose de manera voluntaria a fin de salvar a los otros siete (Hauser, 2006, 2009).

Nuestros científicos extraterrestres podrían aterrizar en cualquier parte y encontrarían seres humanos conversando y discutiendo, riéndose y llorando, comiendo y bailando, cantando y rezando. En todas partes, los humanos preferimos vivir con otros (en familias y grupos comunitarios) que vivir solos. En todas partes, los dramas familiares que nos entretienen, desde las tragedias griegas y la ficción china hasta las telenovelas mexicanas, tienen tramas semejantes (Dutton, 2006). También son parecidas las narraciones de aventura en las que hombres fuertes y valientes, con la ayuda de sabios ancianos, superan el mal para deleite de mujeres bellas o niños en peligro.

Estas similitudes definen nuestra naturaleza humana compartida. Aunque nuestras diferencias llaman la atención, somos más parecidos que distintos. Todos estamos emparentados debajo de la piel.

La psicología evolutiva sostiene que los cerebros humanos modernos son un producto que ayudó a sobrevivir a nuestros ancestros cazadores-recolectores.
©Sproetniek/Getty Images

GENES, EVOLUCIÓN Y COMPORTAMIENTO

Las conductas universales que definen la naturaleza humana provienen de nuestras semejanzas biológicas. Podremos decir: "Mis antepasados vienen de Irlanda" o "Tengo raíces chinas" o "Soy italiano", pero si rastreamos nuestro linaje a 100 000 o más años de distancia, todos somos africanos (Shipman, 2003). En respuesta a los cambios climáticos y a la disponibilidad de alimentos, los primeros homínidos emigraron por toda África en dirección a Asia, Europa, el subcontinente australiano y, a la larga, a América. A medida que se adaptaron a sus nuevos entornos, los primeros humanos desarrollaron diferencias que, si se miden a escala antropológica, son recientes y superficiales. Aquellos que permanecieron en África tienen un pigmento de piel más oscuro, lo que el psicólogo de Harvard, Steven Pinker (2002), llama "filtro solar para los trópicos", mientras que aquellos que emigraron más al norte del ecuador desarrollaron pieles más claras capaces de sintetizar vitamina D en luz solar menos directa.

Todos fuimos africanos lo bastante reciente como para que "no hayamos tenido tiempo de acumular muchas versiones genéticas novedosas", señala Pinker (2002, p. 143). De hecho, los biólogos que estudian nuestros genes han encontrado que los humanos, incluso aquellos en apariencia tan diferentes como Jessica y Tomoko, somos sorprendentemente parecidos, como miembros de una sola tribu. Somos más numerosos que los chimpancés, pero ellos tienen una mayor variación genética.

Para explicar los rasgos de nuestra especie, y de todas las especies, el naturalista británico, Charles Darwin (1859), propuso la existencia de un proceso evolutivo. "Sigan los genes", recomendó. La idea de Darwin, a la que el filósofo Daniel Dennett (2005) le otorgaría "la medalla de oro a la mejor idea que cualquiera haya tenido jamás", fue que la **selección natural** permite la evolución.

La idea, simplificada, es la siguiente:

- Los organismos pueden tener crías múltiples y diversas.
- Dichas crías compiten por sobrevivir en su ambiente.
- Ciertas variaciones biológicas y conductuales aumentan las probabilidades de supervivencia y reproducción en dicho ambiente.
- Las crías que logren sobrevivir y reproducirse tendrán mayores probabilidades de heredar sus genes a generaciones futuras.
- Así, al paso del tiempo, es posible que cambien las características poblacionales.

selección natural
Proceso evolutivo por el que los rasgos hereditarios que mejor permiten que el organismo sobreviva y se reproduzca en ambientes particulares se heredan a generaciones posteriores.

La selección natural implica que ciertos genes —aquellos que predispusieron los rasgos que aumentaron las probabilidades de supervivencia el tiempo suficiente para reproducirse y criar descendientes— se volvieron más abundantes. Por ejemplo, en el nevado ambiente del Ártico, los genes que programaron una espesa capa de pelaje blanco de camuflaje ganaron la competencia genética en los osos polares.

La selección natural, desde hace mucho tiempo un principio fundamental de la biología, también representa un papel importante en la psicología en la actualidad. La **psicología evolutiva** estudia la

psicología evolutiva
Estudio de la evolución de la cognición y del comportamiento a través de los principios de la selección natural.

"La psicología se fundamentará en nuevos cimientos".

—Charles Darwin, *El origen de las especies,* 1859

manera en que la selección natural predispone los rasgos psicológicos y comportamientos sociales que favorecen la preservación y propagación de los propios genes (Buss, 2005, 2007, 2009; Lewis et al., 2017). Los seres humanos somos como somos, dicen los psicólogos evolutivos, porque la naturaleza seleccionó a aquellos que contaban con los rasgos más ventajosos; aquellos que, por ejemplo, preferían el sabor dulce de alimentos nutritivos que nos proporcionan energía y a los que desagradaba el sabor amargo o agrio de los alimentos tóxicos. Aquellos que carecían de tales preferencias tenían menores probabilidades de sobrevivir para heredar sus genes a la posteridad.

Como máquinas móviles productoras de genes, no solo llevamos con nosotros el legado físico, sino también el legado psicológico de las preferencias adaptativas de nuestros ancestros. Añoramos aquello que ayudó a nuestros antepasados a sobrevivir, reproducirse y nutrir a sus crías para que ellas sobrevivieran y se reprodujeran. Incluso las emociones negativas (ansiedad, soledad, depresión y enojo) son una forma que tiene la naturaleza de motivarnos a afrontar los desafíos de la supervivencia. "El propósito del corazón es bombear sangre —señala el psicólogo evolutivo David Barash (2003)—. El propósito del cerebro —añade— es dirigir nuestros órganos y comportamiento, de forma que maximicen nuestro éxito evolutivo. Eso es todo".

La perspectiva evolutiva destaca nuestra naturaleza humana universal. No solo compartimos preferencias alimentarias, sino que también compartimos las respuestas a preguntas sociales como: ¿En quién debo confiar? ¿A quién debo ayudar? ¿Dónde y con quién debo aparearme? ¿Quién puede dominarme y a quién puedo controlar? Los psicólogos evolutivos sostienen que nuestras respuestas emocionales y conductuales a esas preguntas son las mismas que les funcionaron a nuestros ancestros.

¿Y qué debemos temer? Sobre todo, les tememos a los peligros a los que se enfrentaron nuestros antepasados remotos. Les tememos a los enemigos, a los rostros desconocidos y a las alturas; y, por ende, a los posibles terroristas, a quienes son étnicamente distintos y a los aviones. Tememos a lo que es inmediato y repentino más que a aquello que representa daños mayores y graduales, como los riesgos históricamente más recientes de fumar o del cambio climático.

Debido a que nuestras tareas sociales son comunes a las personas de todas partes, los humanos de cualquier parte tienden a coincidir en las respuestas. Por ejemplo, todos los seres humanos jerarquizan a los demás según su autoridad y estatus. Y todos tenemos ideas relacionadas con la justicia económica (Fiske, 1992). Los psicólogos evolutivos destacan estas características universales que han evolucionado a través de la selección natural. Sin embargo, las culturas proporcionan reglas específicas para manejar estos elementos de la vida social.

BIOLOGÍA Y GÉNERO

Si usted visita el patio de juegos de un jardín de niños durante el recreo, es probable que observe que niños y niñas se comportan de manera diferente. Habrá más varones que estén corriendo o saltando y que, incluso, se agredan en forma física cuando el supervisor del patio de juegos no los observa. Un mayor número de niñas estará jugando en grupos pequeños y hablando entre sí.

Y quizá se pregunte lo siguiente: ¿estas diferencias se deben a lo biológico (y, por ende, están relacionadas con nuestro pasado evolutivo) o, más bien, son el producto de la crianza y la cultura (por lo que son algo que varía según la región y la era)? Las diferencias de género son de las áreas más investigadas y polémicas en el debate naturaleza-crianza, de modo que las utilizaremos como ejemplo primordial para ilustrar la manera en que lo biológico y la cultura interactúan para hacernos quienes somos. Empezaremos con un análisis de la biología y su relación con las diferencias de género.

Términos para estudiar el sexo y el género

sexo
Las dos categorías biológicas: masculino y femenino.

género
En psicología, las características de influencia ya sea biológica o social que asociamos con las mujeres y los hombres.

Primero, especifiquemos algunos términos. Muchas personas utilizan los términos "sexo" y "género" de manera indistinta, pero en psicología se refieren a cosas diferentes. **Sexo** se refiere a hombres y mujeres como dos categorías biológicas basadas en cromosomas, genitales y características sexuales secundarias tales como la mayor masa muscular de los hombres y los senos de las mujeres.

Por el contrario, **género** se refiere a las características que las personas asocian con hombres y mujeres y que pueden tener sus raíces en lo biológico, en la cultura, o en ambos, como usar vestidos, gustar de los deportes, tener el pelo largo, querer más parejas sexuales, ser más agresivos físicamente y tener agrado por las compras. Las diferencias en el comportamiento en el patio de juegos preescolar son conductas de género; el que cada criatura sea biológicamente varón o niña se refiere a su sexo.

No hace mucho tiempo, el género y el sexo se consideraban algo rígido; había solo dos sexos y si una persona nacía como mujer, seguía siendo mujer y representaba los roles de género femeninos. En la actualidad, todas esas ideas se están viendo desafiadas de una manera u otra. Hasta hace muy poco, la mayoría de las culturas comunicaba un mensaje contundente; se *debe* asignar un sexo a toda persona. Por tradición, cuando nace una criatura intersexual con una combinación de órganos masculinos y femeninos, tanto los médicos como los familiares se han sentido obligados a asignarle un sexo al recién nacido eliminando la ambigüedad de forma quirúrgica. Entre el día y la noche está el crepúsculo. Entre el frío y el calor está la tibieza. Pero, en esencia, entre lo masculino y lo femenino no ha existido nada, en términos sociales (Sanz, 2017). Ahora, algunas personas se identifican como de *género fluido* o de género *no binario*; y no desean que se les identifique como mujeres ni como hombres (Broussard et al., 2018).

Nacida Bruce Jenner, Caitlyn Jenner vivió la mayor parte de su vida como hombre antes de hacer la transición para vivir como mujer en 2015.
©Joe Seer/Shutterstock.com

Además de esto, algunas personas son **transgénero**; sienten que su femineidad o masculinidad difiere de su sexo de nacimiento (APA, 2012). Una persona trans puede sentir que es una mujer en el cuerpo de un hombre o que es un hombre en el cuerpo de una mujer. Ser transgénero no es lo mismo que tener roles de género atípicos; por ejemplo, algunas mujeres tienen el cabello corto, nos les gusta ir de compras y disfrutan de los deportes, pero siguen teniendo la creencia fundamental de que su sexo es femenino. En contraste, una persona transgénero que nació con sexo femenino puede tener una constelación variable de roles de género, pero tiene un sentido fundamental de que, en realidad, es hombre. Cuando está listo para hacer su transición, es posible que empiece a vivir como hombre. Algunas personas transgénero eligen someterse a cirugía para cambiar su sexo a fin de que se ajuste a su identidad, pero hay otras personas que no alteran sus cuerpos, sino que se presentan en sociedad con el sexo que han elegido (Testa et al., 2017). Thomas Beatie, el "hombre embarazado" que llamó la atención a nivel internacional en 2007, nació mujer. De adulto, vivió como hombre, pero conservó sus órganos reproductivos femeninos y dio a luz a tres hijos (Abbey, 2012). Algunos cálculos actuales sugieren que alrededor de 0.4% (4 de cada 1 000) estadounidenses son transgénero; alrededor de un millón de personas (Meerwijk y Sevelius, 2017).

transgénero
Persona cuyo sentir psicológico sobre ser mujer u hombre difiere de su sexo de nacimiento.

En la presente sección, analizaremos las explicaciones evolutivas y biológicas de las diferencias sexuales. Más adelante en este mismo capítulo, entraremos en detalle sobre las investigaciones en torno a este tema. Por ahora, considere esta característica más que investigada: los hombres piensan más en sexo, se masturban más y desean un mayor número de parejas sexuales (Baumeister et al., 2001; Petersen y Hyde, 2011). La pregunta es: ¿por qué?

"Una gallina no es más que la forma que tiene el huevo de crear otro huevo".
—Samuel Butler (1835-1901)

Género y preferencias de apareamientos

La psicología evolutiva plantea una respuesta directa a la pregunta anterior: los hombres tienen impulsos sexuales más poderosos porque el sexo es una inversión barata para ellos y un compromiso enorme para las mujeres. Tanto hombres como mujeres, señalan los psicólogos evolutivos, se enfrentaron a distintos desafíos adaptativos relacionados con el sexo y la reproducción (Buss, 1995b, 2009). (Estas ideas no están libres de polémica; más adelante, exploraremos los puntos de vista contrarios a esta perspectiva).

¿Qué es lo que nos atrae a alguien? Tanto hombres como mujeres valoran la amabilidad, pero hay diferencias de género en la valoración de la apariencia física y el estatus.
©Sam Edwards/AGE Fotostock

Así, señalan los psicólogos evolutivos, las mujeres invierten sus oportunidades reproductivas de manera cuidadosa, buscando señales de recursos y compromiso. Los varones compiten contra otros hombres por la oportunidad de ganar la lotería genética que lanzará sus genes al futuro y, por ende, buscan terreno fértil y saludable donde plantar su semilla. Las mujeres quieren encontrar hombres que les ayuden a cultivar el terreno: papás habilidosos y monógamos en lugar de sinvergüenzas errantes. Las mujeres buscan reproducirse de manera sabia; los hombres, en forma abundante. O eso dice la teoría.

La psicología evolutiva también sugiere que esos niños preescolares peleoneros del patio de juegos podrían estar ensayando para una situación más formal. A lo largo de gran parte de la historia humana, los

hombres físicamente dominantes sobresalían en cuanto a su acceso a las mujeres, lo que, al paso de las generaciones, potenció la agresión y dominio masculinos, dado que los varones menos agresivos tenían menores oportunidades de reproducirse. Los genes que quizá hayan ayudado a Moctezuma II a convertirse en emperador azteca también pasaron a sus herederos, con la ayuda de las 4 000 mujeres de su harén (Wright, 1998). Gengis Kan, quien condujo las invasiones que llevaron a gran parte de Asia a formar parte de su imperio, es ancestro de cerca de uno de cada 200 hombres en todo el mundo (Zerjal, 2003). Incluso en la actualidad, los hombres son más agresivos hacia otros varones cuando están pensando en la posibilidad de tener citas y de aparearse (Ainsworth y Maner, 2012, 2014). Debajo de todas estas presuposiciones hay un principio: *la naturaleza selecciona aquellos rasgos que ayudan a enviar los propios genes al futuro*.

Muy poco de este proceso es consciente. Pocas personas envueltas en el arrebato de la pasión se detendrán a pensar: "¡Quiero dejarle mis genes a la posteridad!". Más bien, dicen los psicólogos evolutivos, nuestros deseos naturales son la forma que tienen nuestros genes de crear más genes. Las emociones ejecutan las disposiciones de la evolución, de manera muy similar al hambre, que ejecuta las necesidades de nutrientes de nuestro cuerpo.

"Los seres humanos somos fósiles vivientes: colecciones de mecanismos producidos por presiones selectivas anteriores", afirma David Buss (1995a). Y eso, según creen los psicólogos evolutivos, ayuda a explicar no solo la agresión masculina, sino también las actitudes y conductas sexuales distintas de hombres y mujeres.

La psicología evolutiva también predice que las mujeres preferirán a hombres que cuenten con los recursos para ayudar en el proceso trabajoso y costoso de criar a un niño hasta la plena adultez. Así, los hombres se esforzarán por ofrecerles a las mujeres lo que desean: recursos externos y protección física. Los pavorreales machos muestran sus plumas; los varones humanos sus abdominales, sus Audis y sus bienes (Sundie et al., 2011). En un experimento, los varones adolescentes clasificaron "tener mucho dinero" como más importante después de que se les colocara a solas en una habitación con una mujer adolescente (Roney, 2003). En la ciudad de Cardiff, en Gales, los hombres clasificaron a algunas mujeres como igual de atractivas ya fuera que estuvieran manejando un humilde Ford Fiesta o un elegante Bentley; las mujeres juzgaron que los hombres eran más atractivos si se encontraban dentro de un auto de lujo (Dunn y Searle, 2010). "Los logros masculinos son, al final de cuentas, un despliegue para el cortejo", indica Glenn Wilson (1994).

¿Y qué quieren los hombres? Los psicólogos evolutivos plantean que los hombres favorecen la fertilidad en las mujeres, algo que por lo general se ve señalado por una apariencia juvenil y sana. Los hombres con estas preferencias, indican, estaban en mayores probabilidades de tener una amplia progenie. Quizá ese ya no sea el deseo consciente de la mayoría de los hombres en la actualidad, pero su historia evolutiva los lleva de manera inconsciente a preferir tales características. Los estudios de psicología evolutiva señalan que las diferencias sexuales en la preferencia de parejas son muy amplias en comparación con la mayoría de las demás diferencias psicológicas entre ambos sexos (Conroy-Beam et al., 2015). También son bastante universales en diversas culturas:

Donald Trump tiene tres años más que su primera esposa, Ivana; 17 años más que su segunda esposa, Marla; y 24 años más que su esposa actual, Melania.
©Mark Reinstein/Shutterstock

- Estudios en 37 culturas desde Australia hasta Zambia revelan que los hombres de todas partes se sienten más atraídos por mujeres cuyas características físicas, como rostros y cuerpos juveniles, son sugerentes de fertilidad. Las mujeres en todas partes se sienten atraídas por hombres cuya riqueza, poder y ambición prometen recursos para la protección y crianza de sus vástagos. Pero también hay semejanzas de género: sea que residan en una isla de Indonesia o en la ciudad de São Paulo, tanto hombres como mujeres desean amabilidad, amor y atracción mutua.
- Los hombres en todas partes del mundo tienden a sentirse más atraídos hacia mujeres cuya edad y rasgos sugieran que se encuentran al máximo de su fertilidad. Para los muchachos adolescentes, esta será una mujer varios años mayor que ellos. En el caso de hombres de entre 20 y 29 años de edad, se tratará de mujeres de su misma edad. Para hombres mayores, serán mujeres más jóvenes; mientras mayor sea el varón, mayor será la diferencia de edades que prefiera al elegir pareja (Kenrick et al., 2009). Este patrón parece repetirse alrededor del mundo, en anuncios de solteros en Europa, en anuncios matrimoniales en la India, en sitios de citas en línea y en los registros de matrimonio de América, África y las Filipinas (Singh, 1993; Singh y Randall, 2007) y, aunque a un menor

grado, entre gays y lesbianas, donde muchos hombres gay prefieren parejas más jóvenes y muchas mujeres lesbianas prefieren mujeres mayores (Conway et al., 2015). Las mujeres de todas las edades prefieren hombres un poco mayores que ellas. Los varones casados con esposas físicamente atractivas informaron de una mayor satisfacción marital, mientras que el atractivo físico de sus maridos tuvo poco impacto sobre la satisfacción de sus esposas (Meltzer et al., 2014). De nuevo, dicen los psicólogos evolutivos, podemos ver que la selección natural predispone a los hombres a sentirse atraídos por las características femeninas que se asocian con la fertilidad.

- La fertilidad mensual también resulta importante. Los comportamientos, aroma y voces de las mujeres proporcionan indicios sutiles de su ovulación, algo que pueden detectar los varones (Haselton y Gildersleeve, 2011). Cuando se encuentran al máximo de su fertilidad, las mujeres expresan una mayor aprehensión relacionada con hombres potencialmente amenazantes y una mayor capacidad para detectar la orientación sexual de los hombres (Gildersleeve et al., 2014). También se comportan de manera más coqueta con los hombres, en especial hacia varones seguros de sí mismos y socialmente dominantes (Cantu et al., 2014).

Al reflexionar sobre estos hallazgos, Buss (1999) informa sentirse algo sorprendido "de que los hombres y mujeres del mundo difieran en sus preferencias de pareja justo en las formas predichas por los evolucionistas. De la misma manera en que nuestro temor a las serpientes, a las alturas y a las arañas nos ofrecen una ventana a través de la cual podemos observar los peligros de supervivencia de nuestros ancestros evolutivos, nuestros deseos de apareamiento nos abren una ventana por la que podemos estudiar los recursos que nuestros ancestros necesitaron para su reproducción. En la actualidad, llevamos con nosotros los deseos de nuestros antepasados exitosos". O, como escribió William Faulkner: "El pasado nunca muere. De hecho, ni siquiera es pasado". Nuestro pasado ancestral sigue viviendo en nosotros.

GÉNERO Y HORMONAS

La psicología evolutiva podrá explicar las razones por las que las diferencias sexuales se encuentran arraigadas en los procesos biológicos, pero no nos explica *cómo*. Una manera en que lo biológico influye en las diferencias sexuales es a través de las hormonas, químicos en nuestros cuerpos que pueden afectar nuestro comportamiento y estado de ánimo. Por ejemplo, en promedio, los hombres tienen concentraciones mayores de **testosterona**, una hormona que se vincula con el dominio y la agresión.

testosterona
Hormona que predomina más en los hombres que en las mujeres y que está ligada al dominio y la agresión.

Las hormonas son importantes porque los genes por sí mismos no pueden ser la fuente de las diferencias sexuales: en términos genéticos, hombres y mujeres difieren en un solo cromosoma de 46, y el cromosoma Y (masculino) se distingue sobre todo por un solo gen. Ese gen dirige la formación de los testículos, que empiezan a secretar testosterona. Las niñas expuestas a un exceso de testosterona durante el desarrollo fetal tienden a exhibir un juego más masculino que otras niñas (Hines, 2004) y tienden a asemejarse a los hombres en sus elecciones profesionales, con un mayor interés en las cosas que en las personas (Beltz et al., 2011). Al pedirles que roten objetos mentalmente —una tarea cognitiva que varones y mujeres procesan de modo diferente— los varones genéticos insensibles a la testosterona muestran actividad cerebral más típica de las mujeres (Van Hemmen et al., 2016). En términos generales, los fetos más expuestos a la testosterona dentro del útero exhiben patrones psicológicos típicos de los varones, incluyendo un menor contacto visual, menores capacidades de lenguaje y menos empatía (Auyeung et al., 2013). Otros estudios de caso han seguido a varones que nacieron sin pene y a los que se crió como niñas (Reiner y Gearhart, 2004). A pesar de usar vestidos y de que se les trate como niñas, la mayoría exhibe juego típicamente masculino y, a la larga, y con cierta cantidad de angustia emocional en la mayoría de los casos, terminan teniendo una identidad masculina.

La diferencia sexual en la toma de riesgos está motivada, al menos en parte, por la testosterona.
©Drpixel/Shutterstock

La diferencia de género en la agresión también parece verse influida por la testosterona. En diversos animales, la aplicación de testosterona aumenta la agresividad. Entre los seres humanos, los delincuentes masculinos violentos tienen, en promedio, mayores concentraciones de testosterona de lo que se considera normal; este es el caso de jugadores de la National Football League (NFL), de miembros escandalosos de fraternidades y de estudiantes universitarios

"La gente más sublime une ambos sexos en su propia persona".
—Ralph Waldo Emerson, *Diarios,* 1843

que participan en deportes (Dabbs, 2000; Reed y Meggs, 2017). Además, tanto en el caso de humanos como de monos, la diferencia en la agresión relacionada con el género aparece a inicios de la vida (antes de que la cultura haya tenido gran efecto) y disminuye a medida que se reducen las concentraciones de testosterona a lo largo de la adultez.

A medida que las personas llegan a la mediana edad y más allá, sucede una cosa curiosa. Las mujeres se vuelven más asertivas y confiadas y los hombres se vuelven más empáticos y menos dominantes (Kasen et al., 2006; Pratt et al., 1990). Los cambios hormonales son una explicación posible de la reducción en las diferencias de género. Las demandas de rol son otras. Algunos especulan que durante el cortejo y la paternidad inicial, las expectativas sociales conducen a ambos sexos a enfatizar los rasgos que destacan sus roles. Mientras cortejan, proveen y protegen, los hombres destacan su lado masculino y dejan de lado sus necesidades de interdependencia y cuidado (Gutmann, 1977). Mientras están saliendo en citas o criando niños pequeños, las mujeres limitan sus impulsos de asertividad e independencia. A medida que tanto hombres como mujeres se "gradúan" de estos papeles adultos iniciales, expresan más de sus tendencias restringidas. Cada quien se vuelve más **andrógino**; capaz tanto de asertividad como de cuidado.

andrógino
De *andro* (hombre) y *gyn* (mujer): la mezcla de características tanto masculinas como femeninas.

REFLEXIONES SOBRE LA PSICOLOGÍA EVOLUTIVA

Al margen de la ciencia establecida, otros críticos colocan la enseñanza de la evolución en tela de juicio (véase "Enfoque: Ciencia evolutiva y Religión").

Sin discutir la existencia de la selección natural (el proceso de la naturaleza para seleccionar los rasgos físicos y conductuales que potencian la supervivencia genética) los críticos tienen problemas con las explicaciones evolutivas. En ocasiones, los psicólogos empiezan con un hallazgo (como las diferencias en la iniciativa sexual entre varones y mujeres) y después trabajan "hacia atrás" en la construcción de una explicación del fenómeno. Como han señalado los biólogos Paul Ehrlich y Marcus Feldman (2003), es difícil que el teórico evolutivo puede estar errado al utilizar la retrospectiva. La teoría evolutiva de la actualidad es como la psicología freudiana de antaño, afirman los críticos: cualquiera de ambas teorías puede adecuarse a lo que sea que suceda.

En especies en las que los varones proporcionan una mayor inversión parental que las mujeres, señala el psicólogo evolutivo David Schmitt (2006), los varones tienen una estrategia de apareamiento a mayor plazo, discriminan más entre parejas potenciales y mueren a mayor edad.

La manera de superar el sesgo retrospectivo es imaginar que las cosas resultaran de distinta manera. Intentémoslo. Imaginemos que las mujeres fueran más fuertes y físicamente agresivas que los hombres. "¡Pero por supuesto! —podría decir alguien—, sería muy lógico dado que tienen que cuidar de sus crías". Y si jamás se supiera de hombres que tuvieran amoríos extramaritales, ¿acaso no podríamos ver la sabiduría evolutiva detrás de su fidelidad? Criar a los hijos hasta la madurez requiere de algo más que limitarse a depositar su esperma, de modo que tanto hombres como mujeres se beneficiarían de invertir conjuntamente en la crianza. Los varones leales a sus parejas e hijos tendrían mayores probabilidades de ver sobrevivir a sus hijos a fin de perpetuar sus genes. La monogamia también aumenta la certeza de paternidad de los hombres (de hecho, explicaciones evolutivas, de nuevo basadas en la retrospección, de por qué los humanos, y otras especies cuyos vástagos requieren de una fuerte inversión parental, tienden a formar parejas estables que son monógamas).

Los psicólogos evolutivos argumentan que la retrospección no representa un papel menos importante en las explicaciones culturales. ¿Por qué son distintos los hombres y las mujeres? ¡Porque su cultura *socializa* su comportamiento! Cuando los roles de las personas varían a lo largo del espacio y el tiempo, la cultura *describe* dichos roles mejor de lo que los explica. Y lejos de ser mera conjetura retrospectiva, dicen los psicólogos evolutivos, su campo es una ciencia empírica que somete a prueba las predicciones evolutivas con datos provenientes del comportamiento animal, las observaciones transculturales y estudios tanto genéticos como hormonales. Al igual que en diversos campos científicos, la observación sugiere una teoría que genera nuevas predicciones contrastables. Las predicciones nos alertan de los fenómenos que se han pasado por alto y nos permiten confirmar, refutar o actualizar la teoría.

Los críticos también se preocupan de que las explicaciones evolutivas de la violencia de pandillas, los celos homicidas y la violación podrían reforzar y justificar la agresión masculina como un comportamiento natural; y lo mismo en el caso de los hombres que les son infieles a sus esposas con mujeres más jóvenes. Pero recuerden, contestan los psicólogos evolutivos, la sabiduría evolutiva proviene del pasado. Nos indica las conductas que funcionaron en nuestra historia anterior como especie. Que las mismas tendencias sigan siendo adaptativas en la actualidad, o mucho menos aceptables en la sociedad, es un asunto muy distinto.

Los críticos de la psicología evolutiva reconocen que la evolución ayuda a explicar tanto nuestras semejanzas como nuestras diferencias (cierta cantidad de diversidad auxilia a la supervivencia). Pero afirman que nuestra herencia evolutiva común no predice, por sí misma, las enormes

Enfoque

Ciencia evolutiva y religión

Siglo y medio después de que Charles Darwin escribiera *Sobre el origen de las especies*, sigue siendo polémica su idea central: que cada una de las criaturas del planeta desciende de alguna otra criatura terrestre. La controversia se ha enconado con más intensidad en Estados Unidos, donde una encuesta de Gallup revela que la mitad de los adultos no cree que la evolución explique "la forma en que los humanos llegaron a existir sobre la Tierra" y donde 42% cree que los seres humanos se crearon "dentro de los últimos 10 000 años aproximadamente" (Newport, 2014). Este escepticismo relacionado con la evolución persiste a pesar de la evidencia, que incluye investigaciones que muestran el parentesco entre especies y que desde hace mucho convenció a 95% de los científicos de que "los seres humanos han evolucionado a lo largo del curso de millones de años" (Gallup, 1996).

Para la mayoría de los científicos, las mutaciones y la selección natural explican el surgimiento de la vida, incluyendo sus ingeniosos diseños. Por ejemplo, el ojo humano, una maravilla de la ingeniería que codifica y transmite un nutrido flujo de información, tiene sus bases "regadas por la totalidad del reino animal", lo que permitió que la naturaleza seleccionara las mutaciones que, al paso del tiempo, mejoraron el diseño (Dennett, 2005). De hecho, a muchos científicos les agrada citar la famosa máxima del genetista (y miembro de la Iglesia Ortodoxa Rusa) Theodosius Dobzhansky: "Nada en la biología tiene sentido excepto a la luz de la evolución".

Alan Leshner (2005), ex director ejecutivo de la American Association for the Advancement of Science, se lamentó por la polarización ocasionada por los fanáticos de los extremos tanto anticientíficos como antirreligiosos. Para resolver esta creciente tensión entre religión y ciencia, cree que los científicos deberían comunicarle al público que la ciencia y la religión pueden coexistir, cada una de ellas ofreciéndole beneficios a la humanidad.

Muchos científicos concuerdan con Leshner y creen que la ciencia ofrece respuestas a preguntas tales como "¿cuándo?" y "¿cómo?", mientras que la religión ofrece las respuestas a las preguntas "¿quién?" y "¿por qué?". En el siglo V, San Agustín se anticipó a las personas de fe inclinadas a la ciencia: "El universo se creó en un estado menos que formado, pero se le otorgó el don de la capacidad para transformarse de una masa informe en una verdaderamente maravillosa conjunción de estructuras y formas" (Wilford, 1999).

Y el universo en realidad es maravilloso, afirman los cosmólogos. Si la gravedad hubiese sido infinitamente más poderosa o más débil, o si el protón de carbono hubiese pesado ligeramente más o menos, nuestro universo, tan extraordinariamente adecuado para la producción de vida, jamás nos hubiese producido. Aunque hay preguntas que se encuentran más allá de la ciencia (¿por qué hay algo en vez de nada?), por lo menos lo siguiente parece ser cierto, concluye el cosmólogo Paul Davies (2004, 2007): la naturaleza parece ingeniosamente ideada para producir sistemas autorreplicantes de procesamiento de información (nosotros). Aunque parecemos haber sido creados a lo largo de una eternidad de tiempo, el resultado final es nuestra existencia compleja, significativa y plena de esperanza.

variaciones culturales en los patrones humanos de matrimonio (desde una sola esposa a una sucesión de esposas, a múltiples esposas y múltiples maridos, y al intercambio de parejas). Ni tampoco explica los cambios culturales en patrones de comportamiento a lo largo de simples décadas. Parecería ser que el rasgo más significativo que la naturaleza nos ha otorgado es la capacidad para adaptarnos: para aprender y cambiar. La evolución *no es* determinismo genético, afirman sus defensores, porque la evolución nos ha preparado para adaptarnos a diferentes ambientes (Confer et al., 2010). Y como todos concuerdan, las culturas varían y las culturas cambian: y allí es a donde nos dirigiremos a continuación.

EN RESUMEN: ¿Cómo influye el aspecto biológico en nosotros?

- ¿En qué nos parecemos los humanos, en qué diferimos y por qué? *Los psicólogos evolutivos* estudian la forma en que la *selección natural* favorece rasgos conductuales que promueven la perpetuación de los genes. Aunque parte del legado de la evolución es nuestra capacidad humana para aprender y adaptarnos (y, por ende, de diferir unos de otros), la perspectiva evolutiva destaca el parentesco que se deriva de nuestra naturaleza humana compartida.

- Los psicólogos evolutivos teorizan acerca de la forma en que la evolución pudo haber predispuesto las diferencias de género en comportamientos tales como agresión e iniciativa sexual. En cuanto al apareamiento, la naturaleza favorece a los hombres que toman la iniciativa sexual hacia las mujeres (en especial de aquellas que cuentan con características físicas que sugieren fertilidad) y que buscan el dominio agresivo al competir con otros varones. Las mujeres que tienen menos oportunidades reproductivas colocan una mayor prioridad en la selección de parejas que les ofrezcan los recursos para proteger y criar a sus hijos.
- Las influencias hormonales sobre el comportamiento pueden ser un mecanismo por el que lo biológico influye en las diferencias sexuales.
- Los críticos afirman que hay ocasiones en que las explicaciones evolutivas son conjeturas *a posteriori* que no logran explicar la realidad de la diversidad cultural; también se preguntan si existe la suficiente evidencia empírica como para sustentar las teorías de la psicología evolutiva y se preocupan de que estas pueden reforzar estereotipos inconvenientes.

¿CÓMO INFLUYE LA CULTURA EN NOSOTROS?

Comprenda la forma en que la cultura moldea el comportamiento y los roles de género.

"Mantén la cabeza en alto, simio bípedo. El tiburón podrá nadar mejor que tú, el guepardo podrá correr más rápido que tú y el secuoya podrá vivir más que tú. Pero tú tienes el mayor de todos los dones".

—Richard Dawkins, *El capellán del diablo,* 2003

Imagine que se sube a un avión esta noche, que se acuesta para dormir y que el día de mañana se despierta en un país distinto. De inmediato advierte que las personas están hablando un idioma diferente, que se saludan de otra forma y que utilizan ropa distinta a la que se usa en el país en que se encontraba apenas ayer. Aun con todas las semejanzas que tenemos como seres humanos, también exhibimos una pasmosa diversidad en la forma en que vivimos nuestras vidas alrededor del planeta.

Empezaremos con una discusión sobre las influencias culturales en general, y después, como hicimos en la sección anterior dedicada a la biología, utilizaremos las diferencias de género como vehículo para explorar las influencias culturales sobre el comportamiento.

CULTURA Y COMPORTAMIENTO

cultura
Las conductas, ideas, actitudes y tradiciones perdurables que comparte un amplio grupo de personas y que se transmiten de una generación a la siguiente.

Es posible que nuestra semejanza más significativa, el sello distintivo de nuestra especie, sea nuestra capacidad para aprender y adaptarnos. Nuestros genes permiten la existencia de un cerebro humano adaptativo: un disco duro cerebral que recibe el software de nuestra cultura. La evolución nos ha preparado para vivir de forma creativa dentro de un mundo cambiante y para florecer en ambientes que varían de las selvas ecuatorianas a los campos de hielo del Ártico. En comparación con las abejas, las aves y los perros *bulldog*, la naturaleza les ha dado una mayor rienda genética a los humanos. Irónicamente, nuestra constitución biológica humana compartida permite nuestra diversidad cultural. Permite que las personas de una **cultura** valoren la puntualidad y la franqueza o que acepten el sexo premarital, mientras que tal cosa no sucede en otras culturas. Como observó el psicólogo social Roy Baumeister (2005, p. 29), "La evolución nos creó para la cultura" (véase "Enfoque: El animal cultural").

epigenética
El estudio de las influencias ambientales sobre la expresión genética que sucede sin cambios en el ADN.

Es importante comprender que la biología y la cultura no son influencias por completo separadas. Las más de las veces, interactúan para producir la diversidad de comportamientos que puede observar a su alrededor. Los genes no son planos fijos: su expresión depende del ambiente, de manera muy similar a la que el sabor del té no se "expresa" sino hasta que entra en contacto con el ambiente del agua caliente. Un estudio sobre adultos jóvenes de Nueva Zelanda reveló una variación genética que pone a las personas en riesgo de depresión, pero solo si también experimentaron un estrés vital importante como el divorcio de sus padres (Caspi et al., 2003). Ni el estrés ni el gen, por sí mismos, produjeron depresión, pero la interacción entre ambos sí lo hizo. Tales hallazgos han dado lugar a la ciencia de la **epigenética**, que considera la forma en que los ambientes modifican la expresión de los genes.

Enfoque

El animal cultural

Somos, dijo Aristóteles, animales sociales. Los humanos tenemos al menos una cosa en común con los lobos y las abejas: florecemos al organizarnos en grupos y al trabajar de manera conjunta.

Pero más allá de eso, señala Roy Baumeister, somos, como nos nombra en el título de su libro del 2005, *The Cultural Animal* (*El animal cultural*). Más que cualquier otro animal, los humanos aprovechan el poder de la cultura para hacer una mejor vida. "La cultura es una mejor manera de ser sociales", escribe. Podemos agradecerle a la cultura nuestra comunicación a través del lenguaje, el que manejemos de manera segura de un solo lado de la carretera, que comamos frutas en el invierno, y que utilicemos el dinero para comprar autos y frutas. La cultura facilita nuestra supervivencia y reproducción y la naturaleza nos ha bendecido con un cerebro que, nos guste o no, permite la existencia de la cultura.

Otros animales muestran las nociones elementales de la cultura y el lenguaje. Los monos que aprenden nuevas técnicas de lavado de alimentos las pasan a las nuevas generaciones. Y los chimpancés exhiben una moderada capacidad para el lenguaje. Pero ninguna especie puede acumular el progreso a lo largo de generaciones con la misma inteligencia que los humanos. Nuestros antepasados del siglo XIX no contaban con autos, ni instalaciones sanitarias internas, ni electricidad, ni aire acondicionado, ni internet, ni teléfonos inteligentes, ni páginas de Facebook ni notas Post-it: todas ellas cosas que le podemos agradecer a la cultura. La inteligencia permite la innovación y la cultura permite la diseminación: la transmisión de información e innovación a través del espacio y del tiempo.

La división de labores es "otra enorme y poderosa ventaja de la cultura", señala Baumeister. Pocos de nosotros cultivamos nuestros alimentos o edificamos nuestros hogares. De hecho, los libros mismos son un tributo a la división de labores permitida por la cultura. Aunque solo aparecen los nombres de dos personas afortunadas en la portada del presente libro, el producto final es, de hecho, el trabajo de un equipo coordinado de investigadores, revisores, asistentes y editores. Los libros y otros medios diseminan el conocimiento, alimentando el motor del progreso.

"La cultura es lo que es especial de los seres humanos", concluye Baumeister. "La cultura nos ayuda a volvernos algo mucho mayor que la suma de nuestros talentos, esfuerzos y otras bendiciones individuales. En ese sentido, la cultura es la bendición más grande de todas... A solas, no seríamos más que brutos ingeniosos a merced de nuestro entorno. Juntos, podemos sustentar un sistema que nos permite hacer que la vida sea cada vez mejor para nosotros mismos, para nuestros hijos y para todos los que vendrán después".

La selección natural nos ha preparado a los humanos no solo para contar con cerebros y bíceps de gran tamaño, sino también para tener una cultura. Venimos preparados para aprender un idioma y para vincularnos y cooperar con otros en la procuración de alimentos, el cuidado de nuestros niños y nuestra propia protección. Así, la naturaleza nos predispone a aprender cualquiera que sea la cultura en la que nacimos. "Las naturalezas de las personas son similares", dijo Confucio, "son sus hábitos los que los llevan lejos los unos de los otros". Y seguimos lejos los unos de los otros, señalan los investigadores de culturas mundiales, Ronald Inglehart y Christian Welzel (2005). A pesar de la creciente educación, "no estamos dirigiéndonos hacia una cultura global uniforme: no está dándose una convergencia cultural. La herencia cultural de una sociedad es sorprendentemente duradera" (pág. 46).

"De alguna manera, los defensores de la crianza, en el argumento, han logrado espantarse más allá de toda razón ante el poder e inevitabilidad de los genes y se han perdido de la lección más importante de todas: que los genes están de su lado".

—Matt Ridley, *Nature via Nurture,* 2003

Diversidad cultural

La diversidad de nuestros idiomas, costumbres y comportamientos expresivos confirman que gran parte de nuestra conducta está socialmente programada, no se encuentra predeterminada. Nuestra rienda genética es muy suelta. Como lo ha señalado el sociólogo Ian Robertson (1987):

> Los estadounidenses comen ostiones, pero no caracoles. Los franceses comen caracoles, pero no grillos. Los zulús comen grillos, pero no pescado. Los judíos comen pescado, pero no cerdo. Los hindúes comen cerdo, pero no res. Los rusos comen res, pero no serpientes. Los chinos comen serpientes, pero no personas. Y a los Jalé de Nueva Guinea, las personas les parecen deliciosas (p. 67).

Si todos viviéramos como grupos étnicos homogéneos en regiones separadas del mundo, como lo siguen haciendo algunas personas, la diversidad cultural sería menos pertinente en nuestra vida cotidiana. En Japón, donde 98.5% de las personas son japonesas (CIA, 2017), las diferencias culturales internas son mínimas. En contraste, las diferencias culturales abundan en la ciudad de

Nueva York, donde más de un tercio de los nueve millones de residentes nacieron en el extranjero.

La diversidad cultural nos rodea cada vez con mayor frecuencia. Cada vez es más cierto que vivimos en una aldea global, conectados con nuestros aldeanos vecinos por medio de redes sociales, aviones jumbo y comercio internacional. La mezcla de culturas no es nada nuevo. Los jeans "estadounidenses" fueron el invento del inmigrante alemán Levi Strauss quien, en 1872, combinó los genes, el estilo de pantalón de los marineros genoveses, con la tela de mezclilla de una ciudad francesa (Legrain, 2003).

Vernos confrontados por otra cultura a veces puede ser una experiencia sorprendente. Los varones estadounidenses pueden sentirse incómodos cuando los jefes de estado de Medio Oriente saludan al presidente de su nación con un beso en la mejilla. Un estudiante alemán, acostumbrado a hablar con "Herr Professor" solo en raras ocasiones, considera que es de lo más extraño que, en la institución educativa en la que laboro [DM], las puertas de la mayoría de los académicos estén abiertas y los alumnos los visiten libremente. Durante su primera visita a un McDonald's, una estudiante iraní busca con insistencia en su bolsa de papel tratando de encontrar los cubiertos, hasta que ve que los demás clientes están comiendo sus papas a la francesa con, cosa extraña, las manos. En muchas partes del planeta, sus mejores modales, así como los míos, son graves faltas a la etiqueta. Es frecuente que los extranjeros que visitan Japón tengan dificultades para dominar las reglas del intercambio social: cuándo quitarse los zapatos, cómo servir el té, cuándo dar y abrir regalos, cómo comportarse frente a alguien que está en un nivel superior, o inferior, de la jerarquía social.

Las migraciones y las evacuaciones de refugiados están mezclando culturas más que nunca antes. "Oriente es Oriente y Occidente es Occidente y nunca jamás se unirán", escribió el autor inglés del siglo XIX, Rudyard Kipling. Pero en la actualidad, Oriente y Occidente, Norte y Sur, se encuentran constantemente. Italia es el hogar de muchos albaneses, Alemania es el de muchos turcos e Inglaterra, donde Mohammed, en sus diversas variaciones ortográficas, es el nombre más común para varones en la actualidad (Cohen, 2011), es el lugar en el que radica una enorme cantidad de pakistaníes. El resultado es tanto amistad como conflicto. Uno de cada cinco canadienses y uno de cada ocho estadounidenses es inmigrante. A medida que trabajamos, jugamos y vivimos con personas provenientes de diversos antecedentes culturales, nos servirá comprender cómo es que nuestras culturas influyen sobre nosotros y cómo es que difieren. En un mundo plagado de conflictos, alcanzar la paz requiere de una apreciación tanto de nuestras genuinas diferencias, como de nuestras profundas semejanzas.

"Las mujeres besan a otras mujeres al despedirse. Los hombres besan a las mujeres al despedirse. Pero los hombres no besan a otros hombres al despedirse... en especial en este pueblo".

Aunque algunas normas son universales, cada cultura tiene sus propias normas: reglas que determinan lo que es el comportamiento social aceptado y esperado.

©J. B. Handelsman. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

Normas: comportamientos esperados

Como lo ilustran las reglas de la etiqueta, toda cultura tiene sus propias ideas aceptadas de lo que constituye el comportamiento apropiado. Es frecuente que veamos estas expectativas sociales, o **normas**, como una fuerza negativa que acorrala a las personas en un esfuerzo ciego por perpetuar la tradición. Es cierto que las normas nos limitan y controlan de formas tan exitosas y sutiles que difícilmente percibimos su existencia. Como peces en el mar, estamos tan inmersos en nuestras propias culturas que debemos saltar fuera de ellas para comprender su influencia. "Cuando vemos a otros holandeses comportándose de una manera que los extranjeros dirían que es holandesa", señalaron los psicólogos holandeses Willem Koomen y Anton Dijker (1997), "es frecuente que no nos demos cuenta de que dicho comportamiento es típicamente holandés".

No hay mejor manera de aprender las normas de nuestra cultura de origen que visitando una cultura distinta para ver que sus miembros hacen las cosas de *esa manera*, mientras que nosotros las hacemos de *esta*. Cuando vivía en Escocia, tuve [DM] que reconocer ante mis hijos que sí, los europeos comían la carne con el tenedor viendo hacia abajo y en la mano izquierda. "Pero nosotros, los estadounidenses, consideramos que las buenas maneras para comer la carne es cortándola con el tenedor en la mano izquierda, para después pasarlo a la mano derecha, viendo hacia arriba, antes de comer el bocado. Admito que es ineficiente. Pero esa es la manera en que lo hacemos *nosotros*".

Para aquellos que no las aceptan, tales normas pueden parecer arbitrarias y limitantes. Para la mayoría de los que vivimos en el mundo occidental, el tocado que utilizan las mujeres musulmanas (llamado hiyab) parece arbitrario y limitante pero no es el caso para la mayoría de las culturas musulmanas. Las mujeres musulmanas estudiantes en mi clase [JT] creen que el hiyab alienta a los hombres a verlas como personas y no como objetos sexuales. De la misma manera en que una obra de teatro transcurre con fluidez cuando los actores saben sus parlamentos, el comportamiento social sucede de manera fluida cuando las personas saben qué deben esperar. Las normas lubrican la maquinaria social. En situaciones desconocidas, cuando las normas pueden ser poco claras, observamos el comportamiento de los demás y ajustamos el nuestro de manera acorde.

Las culturas varían en cuanto a sus normas de expresividad, puntualidad, transgresión de reglas y espacio personal. Considere lo siguiente:

Mezcla de culturas. Como lo ilustra esta familia (con una madre de origen asiático y un padre afrodescendiente), la inmigración y la globalización están uniendo culturas alguna vez muy lejanas.
©pixelheadphoto digitalskillet/Shutterstock

ELECCIONES INDIVIDUALES Las culturas varían en cuanto a qué tanto resaltan lo individual (culturas individualistas), contra los otros y la sociedad (culturas colectivas). A causa de esto, los países occidentales (por lo normal individualistas) ofrecen más flexibilidad a las personas en cuanto a la toma de decisiones. Cuando yo me encontraba en la universidad [JT], una de mis amigas, de origen pakistaní, quería estudiar un posgrado en latín. Sus padres insistieron que estudiara medicina y amenazaron con retirarle su apoyo económico si no lo hacía. Al haber crecido en Estados Unidos, me impactó que sus padres quisieran imponer su elección de carrera profesional, pero en las culturas colectivistas, este tipo de obediencia a los propios padres se acepta de manera más generalizada (Lum et al., 2016).

EXPRESIVIDAD Para alguien proveniente de una cultura relativamente formal del norte de Europa, una persona cuyas raíces se encuentran en una cultura latinoamericana expresiva puede parecerle "cálida, encantadora, ineficiente y ociosa". Para la persona latinoamericana, el europeo del norte puede parecer "eficiente, frío y obsesionado con el horario" (Beaulieu, 2004; Triandis, 1981). Y bien podrían estar en lo correcto: los noreuropeos caminan más rápido por las calles que los latinoamericanos y los relojes de los bancos en el norte de Europa son más precisos (Levine y Norenzayan, 1999). Y es posible que los turistas estadounidenses en Japón se pregunten acerca de la falta de contacto visual de los peatones que pasan por la calle (véase "Acercamiento a la investigación: Encuentros pasajeros, Oriente y Occidente").

normas
Estándares para el comportamiento aceptado y esperado. Las normas indican la conducta "apropiada" (en un sentido distinto del término, las normas también describen aquello que hace la mayoría: lo que es *normal*).

PUNTUALIDAD Los ejecutivos de negocios de Latinoamérica que llegan tarde a una cena pueden quedar absolutamente perplejos ante sus contrapartes norteamericanos obsesionados con el horario.

TRANSGRESIÓN DE REGLAS Las normas son muy importantes en las culturas colectivistas tradicionales. En un estudio, sujetos coreanos (en comparación con estadounidenses) tuvieron mayores probabilidades de evitar a compañeros de trabajo vegetarianos, una elección contraria a la norma. Para la mayoría de los estadounidenses, ser vegetariano implica una elección personal; para un coreano, implica destacarse del grupo lo que, por ende, es indeseable (Kinias et al., 2014). Muchas culturas colectivistas promueven la creencia de que el sufrimiento humano, como el que resulta de contraer una enfermedad, es ocasionado por la violación de las normas sociales (Sullivan et al., 2012). Las culturas colectivistas tienen mayores probabilidades de estigmatizar a las personas que se consideran diferentes, ya sea a causa de su identidad (gays, lesbianas, inmigrantes) o a causa de su comportamiento (alcohólicos, drogadictos [Shin et al., 2013]).

ESPACIO PERSONAL El **espacio personal** es una especie de burbuja portátil o zona de barrera que nos gusta mantener entre nosotros y los demás. A medida que cambia la situación, la burbuja cambiará de tamaño. En el caso de personas desconocidas, la mayoría de los estadounidenses mantienen un espacio personal más o menos amplio de alrededor de 1.2 metros o más a su alrededor. En camiones que no están atestados o en baños o bibliotecas, protegen su espacio y respetan el de los demás. Pero permiten que los amigos se acerquen más (Novelli et al., 2010).

espacio personal
Zona de amortiguamiento que nos gusta conservar alrededor de nuestros cuerpos. Su magnitud depende de nuestra cultura y de lo conocidas que nos resulten las personas cercanas a nosotros.

Las normas, reglas para el comportamiento aceptado y esperado, varían según la cultura.
©georgeclerk/E+/Getty Images

Los individuos varían: algunas personas prefieren más espacio personal que otras (Perry et al., 2013). También hay diferencias grupales: los adultos mantienen un mayor espacio que los niños. Los hombres mantienen una mayor distancia entre sí que las mujeres. Por razones que se desconocen, las culturas más cercanas al ecuador prefieren distancias menores y se tocan y abrazan más. Así, los británicos y escandinavos prefieren una mayor distancia que los franceses y los árabes, y los estadounidenses prefieren una mayor distancia que los latinoamericanos (Sorokowska et al., 2017).

Para ver el efecto que tiene invadir el espacio personal de otra persona, juegue a los invasores del espacio. Párese o siéntese a unos 30 centímetros de algún amigo y empiece una conversación. ¿La persona se inquieta, aleja la mirada, se hace hacia atrás o muestra otras señales de incomodidad? Estas son las señales de activación que han indicado los investigadores en la invasión del espacio personal (Altman y Vinsel, 1978).

Las culturas difieren no solo en cuanto a sus normas para este tipo de comportamiento, sino también en cuanto a la fortaleza de sus normas. Un estudio de 33 naciones les pidió a las personas que clasificaran la propiedad de diversas conductas (tales como comer o llorar) en diferentes situaciones (como en un banco o en una fiesta). Las sociedades con normas de conducta más rígidas e impuestas son culturas cerradas con mayor probabilidad de haberse visto expuestas a amenazas tales como conflictos territoriales o escasez de recursos (Gelfand et al., 2011).

"A casi un metro de mi nariz está el espacio que me hace feliz".

—W. H. Auden (1907-1973)

CULTURA TRANSMITIDA POR LOS PARES

La cultura, al igual que el helado, viene en una variedad de sabores. En Wall Street, los hombres visten principalmente de traje y es frecuente que las mujeres usen faldas y vestidos. En Escocia, muchos *hombres* usan faldas tableadas (kilts) como parte de sus atuendos formales. En algunas culturas ecuatorianas, los hombres y las mujeres casi van desnudos. ¿Cómo se preservan dichas tradiciones de generación en generación?

La suposición imperante es la que Judith Rich Harris (1998, 2007) llama *la suposición de crianza*: la crianza parental, la forma en que los padres educan a sus hijos, gobierna aquello en lo que se convertirán estos últimos. Con eso concuerdan muchas personas, incluyendo a los freudianos, los conductistas y, quizá, sus vecinos de al lado. Una comparación de los extremos entre niños amados y niños que padecen de abuso sugiere que la crianza de los padres *es* importante. Además, es cierto que los niños adquieren muchos de sus valores, incluyendo su afiliación política y su religión, en casa. Pero si es cierto que las personalidades de los niños también se ven moldeadas por el ejemplo y la crianza de sus padres, los niños que crecen dentro de una misma familia deberían parecerse de manera notable, ¿o no?

Los niños aprenden muchas de sus actitudes de sus pares.
©wavebreakmedia/Shutterstock

Esa presuposición se vio refutada por el más sorprendente, consensuado y espectacular hallazgo de la psicología del desarrollo. En las palabras inmortales de los genetistas conductuales, Robert Plomin y Denise Daniels (1987): "Dos niños provenientes de la misma familia son [en promedio] tan diferentes entre sí como los pares de niños seleccionados de manera aleatoria en una población".

La evidencia proveniente de investigaciones con gemelos y con hermanos biológicos y adoptados indica que las influencias genéticas explican cerca de 40% de las variaciones en rasgos de personalidad (Vukasović y Bratko, 2015). Las influencias ambientales compartidas, incluyendo la influencia de un hogar compartido, representan tan solo de 0 a 1% de las diferencias de personalidad. Entonces, ¿qué explica el porcentaje restante? Gran parte de ello es la *influencia de los pares*, argumenta Harris. Lo que más les importa a los niños y adolescentes no es lo que piensan sus padres, sino lo que piensan sus amigos. Los niños y los jóvenes aprenden su cultura, sus juegos, sus gustos musicales, sus acentos e incluso sus insultos, sobre todo

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Encuentros pasajeros, Oriente y Occidente

En mi [DM] campus en el medio oeste de Estados Unidos, al igual que en mi pueblo, es habitual que las personas que pasan una frente a la otra en la calle se vean en forma breve y se sonrían entre sí. En Gran Bretaña y en China, donde he pasado cierta cantidad de tiempo, rara vez he observado estas microinteracciones. Para un europeo, saludar a desconocidos que pasan puede parecer algo tonto y falto de respeto a la privacidad; para una persona proveniente del medio oeste de Estados Unidos, evitar el contacto visual, lo que los sociólogos denominan "desatención cortés", podría parecer frío.

A fin de cuantificar la diferencia cultural en las interacciones entre peatones, un equipo internacional liderado por Miles Patterson y Yuichi Iizuka (2007) llevó a cabo un sencillo experimento de campo tanto en Estados Unidos como en Japón con la participación involuntaria de más de 1000 peatones. Su procedimiento ilustra la forma en que los psicólogos sociales en ocasiones llevan a cabo investigaciones discretas en entornos neutros (Patterson, 2008). Como se ve en la **figura 5.1**, un cómplice del investigador llevaba a cabo una de tres conductas al encontrarse a unos a 3.5 metros de un peatón que se acercaba a él sobre una acera libre de personas: (1) *evitación* (ver directo al frente), (2) *dar un vistazo* a la persona durante menos de un segundo y (3) *mirar* a la persona y *sonreírle*. Un observador a cierta distancia registraría la reacción del peatón. ¿El peatón miró al cómplice del investigador? ¿Sonrió? ¿Inclinó la cabeza? ¿Le ofreció un saludo verbal? (El orden de las tres condiciones era aleatorio y desconocido para el observador de la reacción, garantizando que la persona que registrara los datos fuera "ciega" a la condición experimental.)

Como podría esperarse, el peatón tuvo mayores probabilidades de mirar a quien lo mirara y de sonreír, inclinar la cabeza o saludar verbalmente a quien hiciera lo mismo. Esto fue en especial cierto cuando ese alguien era una mujer en lugar de un hombre. Pero como muestra la **figura 5.2**, las diferencias culturales no dejaron de ser notables. Como esperaba el equipo de investigación, en vista del mayor respeto a la privacidad de los japoneses y de su reserva cultural al interactuar con grupos externos, los estadounidenses tuvieron mucho mayores probabilidades de sonreír, inclinar la cabeza y saludar al cómplice del investigador.

En Japón, concluyeron, "hay poca presión para corresponder la sonrisa porque no existe relación alguna con el cómplice ni la obligación de corresponderle".

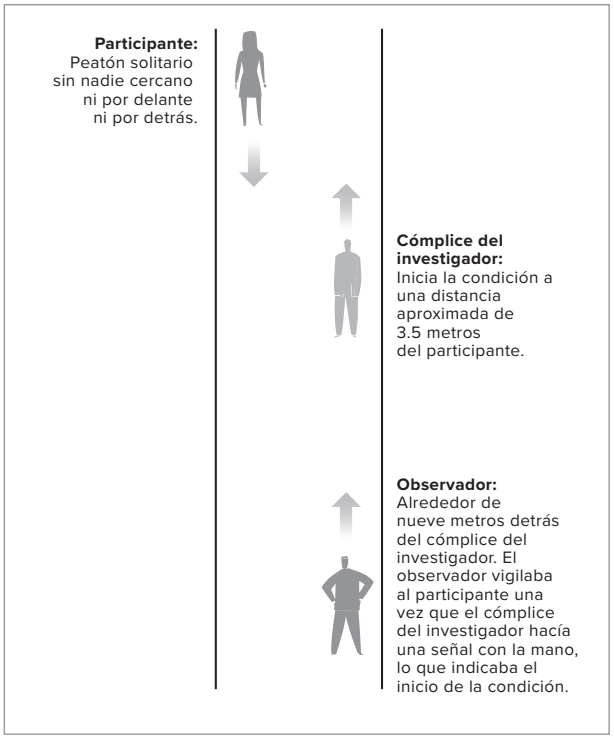


FIGURA 5.1

Ilustración de un encuentro pasajero

Fuente: Patterson, M. L., Iizuka, Y., Tubbs, M., Ansel, J., Tsutsumi, M., y Anson, J. (2007).

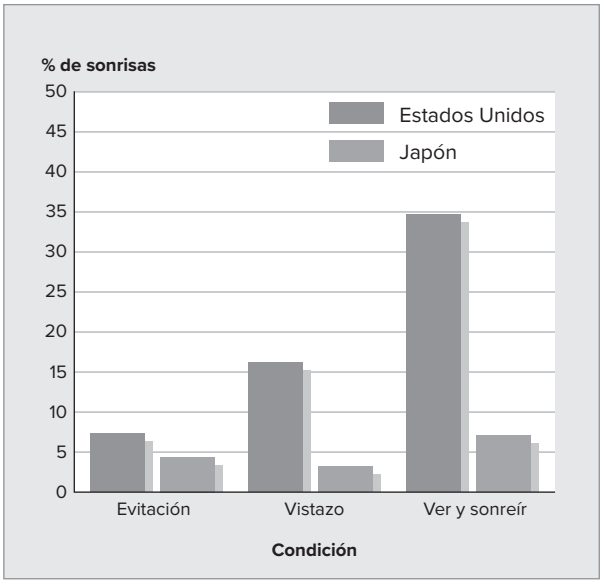


FIGURA 5.2

Respuestas de los peatones estadounidenses y japoneses, por condición

Fuente: Adaptado de Patterson, M. L., Iizuka, Y., Tubbs, M., Ansel, J., Tsutsumi, M., y Anson, J. (2007).

de sus pares. Así entonces, la mayoría de los adolescentes habla, se comporta y se viste más como sus pares que como sus padres. En retrospectiva, esto tiene sentido. Son sus pares con los que juegan y con los que, a la larga, trabajan y se aparean. Considere lo siguiente:

- A menudo, los preescolares se rehusarán a probar ciertos alimentos a pesar de la insistencia de sus padres; hasta que se les pone a la mesa con un grupo de niños a los que les agradan.
- Tener amigos que envían mensajes de texto mientras uno maneja triplica las probabilidades de que uno también lo haga (Trivedi et al., 2017).
- Los niños inmigrantes pequeños cuyas familias se trasplantan a culturas extranjeras por lo normal crecen prefiriendo el idioma y las normas de la cultura de sus nuevos pares. Un niño pequeño que se mude con su familia de China a Estados Unidos hablará inglés con acento estadounidense; incluso si sus padres jamás aprenden inglés o si tienen acentos marcados. Los jóvenes pueden hacer un intercambio de códigos al regresar a sus hogares, pero sus corazones y sus mentes se encuentran aliados a sus grupos de pares. De la misma manera, los hijos sordos de padres oyentes que asisten a escuelas para niños sordos por lo general abandonan la cultura de sus padres y se asimilan a la cultura de los sordos.

Así entonces, si dejáramos a un grupo de niños en sus mismas escuelas, vecindarios y con sus mismos pares, pero cambiáramos a sus padres, dice Harris (1996), llevando su argumento a los límites, se "convertirían en el mismo tipo de adultos". Los padres tienen una influencia importante, pero es sustancialmente indirecta; los padres ayudan a definir las escuelas, vecindarios y pares que tienen una influencia directa en la posibilidad de que sus hijos se conviertan en delincuentes, usen drogas o se embaracen. No solo eso; es frecuente que los niños sigan el ejemplo de niños un poco mayores, quienes, a su vez, practiquen el ejemplo de jóvenes mayores, que siguen el ejemplo de adultos jóvenes de la generación de sus padres.

Los vínculos de influencia del grupo parental al grupo infantil son lo bastante flexibles como para que la transmisión cultural nunca sea perfecta. Y en las culturas tanto de primates como de humanos, el cambio proviene de los jóvenes. Cuando un mono descubre una mejor manera de lavar alimentos o cuando las personas desarrollan ideas novedosas acerca de las modas o de los roles de género, la innovación suele provenir de los jóvenes y se adopta con mayor facilidad entre los adultos jóvenes. Así, las tradiciones culturales continúan al tiempo que la cultura cambia.

Semejanza cultural

Gracias a la adaptabilidad humana, las culturas son distintas. Sin embargo, debajo de la capa superficial de las diferencias culturales, los psicólogos logran ver "una universalidad esencial" (Lonner, 1980). Como miembros de una misma especie, los procesos que subyacen a nuestros comportamientos diversos son muy parecidos en todas partes (**figura 5.3**).

Las personas de todo el mundo tienen algunas normas comunes para la amistad. A partir de estudios que se llevaron a cabo en Gran Bretaña, Italia, Hong Kong y Japón, Michael Argyle y Monika Henderson (1985) observaron diversas variaciones culturales en las normas que definían el papel de los amigos. Por ejemplo, en Japón es importante en especial no avergonzar a un amigo con críticas públicas. Pero también parece haber algunas normas en apariencia universales: respetar la privacidad del amigo; establecer contacto visual al hablar; no divulgar cosas que se han dicho en confianza. En 75 naciones, los rasgos más valorados fueron franqueza, imparcialidad, amabilidad, juicio y curiosidad; casi todos ellas virtudes esenciales para las amistades y las relaciones (McGrath, 2015).

"No me queda la menor duda de que [si] la psicología moderna se hubiera desarrollado en, digamos, la India, los psicólogos de allí hubieran descubierto la mayoría de los principios que descubrieron los occidentales".

—John E. Williams, psicólogo transcultural (1993)

En todas partes, las personas describen a los demás con dos a cinco dimensiones personales universales (McCrae y Costa, 2008; Saucier et al., 2014). Evaluar a los demás como buenos o malos aparece en casi todas las culturas e idiomas. Todas las culturas cuentan con normas, de modo que todas las culturas analizan qué tan bien siguen otros dichas normas (Saucier et al., 2014).

Así también, hay cinco dimensiones universales de creencias sociales (Leung y Bond, 2004). En 38 diferentes países, las personas variaban en cinismo, complejidad social, recompensa al esfuerzo, espiritualidad y control del destino (**figura 5.4**). La adhesión de las personas a estas creencias sociales parece guiar su vida. Los cínicos expresan una menor satisfacción con su vida y favorecen tácticas asertivas de influencia y políticas de derecha. Aquellos que creen en el trabajo

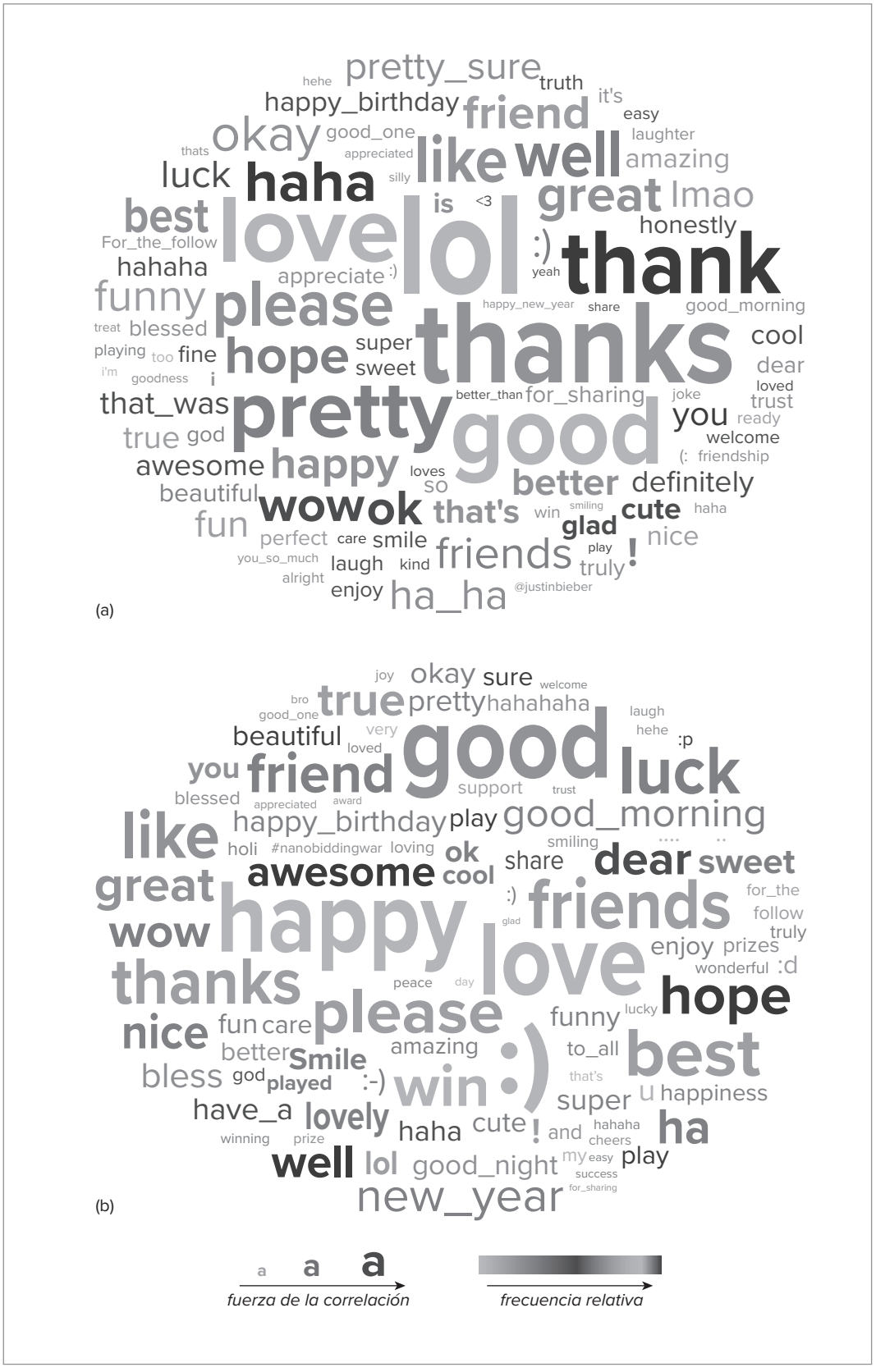


FIGURA 5.3

Palabras que se utilizan para expresar emociones positivas en (a) India y (b) Estados Unidos

En un estudio del lenguaje utilizado por usuarios de Facebook, las emociones positivas se expresaron de manera similar en India (arriba) y en Estados Unidos (abajo), con algunas diferencias culturales (como en el caso del uso más frecuente de "thanks" [gracias] en India).

(a-b) Fuente: Kern, M. L., y Sap, M. (febrero de 2014).

FIGURA 5.4
Dimensiones universales de las creencias sociales de Leung y Bond

Las cinco grandes creencias sociales	Reactivo de muestra del cuestionario
Cinismo	"Las personas poderosas tienden a explotar a los demás".
Complejidad social	"Uno debe manejar cuestiones según las circunstancias específicas".
Recompensa por esfuerzo	"Uno puede triunfar si de veras se esfuerza".
Espiritualidad	"La fe religiosa contribuye a una buena salud mental".
Control del destino	"El destino determina los éxitos y fracasos que se tienen".

En La mujer eunuco*, publicado en 1970, Germaine Greer señaló la forma en que el lenguaje del afecto reduce a las mujeres a alimentos y a animales bebés: dulzura, ovejita, ricura, bombón, conejita, abejita.*

arduo (recompensa por el esfuerzo) tienden a involucrarse en el estudio, la planeación y la competencia.

Siempre que las personas forman jerarquías de estatus, también se dirigen a las personas de un estatus superior de la manera respetuosa con la que a menudo les hablan a los desconocidos. Y les hablan a las personas de estatus inferior en la misma forma más familiar (por su nombre de pila) con la que les hablan a sus amigos (Brown, 1965, 1987; Kroger y Wood, 1992). Los pacientes se dirigen a sus médicos diciéndoles "Dr. Mengano"; es posible que el médico responda usando el nombre de pila del paciente. Por lo regular, estudiantes y profesores se dirigen los unos a los otros de esta misma manera desigual.

La mayoría de los idiomas tienen dos formas para el pronombre inglés *you*: una forma más respetuosa y otra más informal (por ejemplo, *Sie* y *du* en alemán, *vous* y *tu* en francés, usted y tú en español). Por lo regular, las personas utilizan la forma más familiar con sus íntimos y subordinados, amigos cercanos y miembros de la familia, pero también al hablarles a los niños y a los animales. Un adolescente alemán se siente halagado cuando los desconocidos empiezan a dirigirse a ellos como "Sie" en lugar de "du".

CULTURA Y GÉNERO

"En las Naciones Unidas siempre hemos comprendido que nuestro trabajo para el desarrollo depende de construir una sociedad exitosa con la granjera africana y su marido".

—Kofi Annan, ex secretario general de la ONU, 2002

En la primera parte del presente capítulo consideramos las explicaciones biológicas y evolutivas para las diferencias entre hombres y mujeres. Sin embargo, la biología no cuenta la totalidad de la historia. Lo que significa ser un hombre o una mujer, un niño o una niña, difiere de cultura en cultura.

Podemos observar el poder de moldeamiento de la cultura en las ideas relacionadas con la forma en que deben comportarse hombres y mujeres. Y podemos observar la cultura en la desaprobación que hombres y mujeres deben tolerar cuando violan dichas expectativas (Kite, 2001). En los países de todo el planeta, las niñas pasan más tiempo ayudando en labores de limpieza de la casa y de cuidado infantil y los niños pasan más tiempo jugando sin supervisión (Edwards, 1991; Kalenkoski et al., 2009; Naciones Unidas, 2010). Incluso en matrimonios estadounidenses contemporáneos entre dos profesionistas, los hombres llevan a cabo la mayoría de las reparaciones del hogar y las mujeres se ocupan del cuidado de los niños (Bianchi et al., 2000; Fisher et al., 2007). Cuando los estudiantes de doctorado en economía discuten sobre mujeres en foros en línea, es más probable que hagan mención sobre su información personal y de su apariencia física (con palabras como "sexi" y "preciosa"). Cuando hablan acerca de hombres, es más probable que mencionen temas profesionales y que utilicen palabras como "caso típico" y "motivado" (Wu, 2017).

Se ha dicho que la socialización de género les proporciona "raíces" a las niñas y "alas" a los niños. Estas expectativas conductuales para hombres y mujeres, acerca de quién debería cocinar, lavar los platos, cazar animales y liderar empresas y países, definen los roles de género.

rol de género
Conjunto de expectativas de conducta (normas) para mujeres y hombres.

¿Es la cultura la que construye estos **roles de género**? ¿O es simplemente que los roles de género reflejan las tendencias conductuales naturales de hombres y mujeres? La variedad de roles de género en distintas culturas y a lo largo del tiempo demuestra que es indudable que la cultura ayuda a construir dichos roles.

LOS ROLES DE GÉNERO VARÍAN CON LA CULTURA

A pesar de las inequidades en roles de género, la mayoría de las personas del mundo querrían ver mayor paralelismo entre los roles de hombres y mujeres. Una encuesta de Actitudes Globales de Pew en el 2010 consultó a 25 000 personas si la vida era más satisfactoria cuando ambos cónyuges trabajaban y compartían el cuidado de los hijos o cuando las mujeres se quedaban en casa a cuidar de los niños mientras los maridos los proveían. En 21 de 22 países, la gran mayoría eligió que ambos cónyuges trabajaran.

No obstante, sí existen grandes diferencias entre países. Los pakistaníes estuvieron en desacuerdo con la opinión mayoritaria mundial por cuatro a uno, mientras que los españoles concordaron 13 a uno. Cuando hay escasez de empleos, ¿los hombres deberían tener más derecho al trabajo? Sí, coincidieron una de cada ocho personas en Gran Bretaña, España y Estados Unidos; y cuatro de cada cinco personas en Indonesia, Paquistán y Nigeria (Pew, 2010).

En términos generales, observan Wendy Wood y Alice Eagly (2000, 2002), es frecuente que la cultura refuerce roles de género que quizá se originaron a partir de demandas biológicas. Las mujeres se reunían porque necesitaban mantenerse cerca de casa; los hombres cazaban porque no tenían que hacerlo. También es posible que las desigualdades culturales empiecen con una diferencia entre hombres y mujeres que influya en muchas otras. La mayor fuerza física de los varones también pudo haber llevado a que el patriarcado fuera el sistema más común. Casi todas las sociedades tienen a hombres en posiciones de poder social y les asignan roles diferentes a hombres y mujeres. A consecuencia de esto, las semejanzas entre culturas podrían representar el poder social de los varones, más que diferencias evolucionadas.

LOS ROLES DE GÉNERO VARÍAN CON EL TIEMPO

En los últimos 50 años (una pequeñísima porción de nuestra larga historia) los roles de género se han transformado de manera espectacular. En 1938 solo uno de cada cinco estadounidenses aprobaba "que una mujer casada ganara dinero en los negocios o en la industria si contaba con un marido capaz de mantenerla". Para 1996, cuatro de cada cinco lo aprobaba (Niemi et al., 1989; NORC, 1996). Entre estudiantes del último año de educación media superior a finales del decenio de 1970, 59% coincidía con que "un preescolar quizá se vea afectado en forma negativa si la madre trabaja", pero para el 2015, solo 20% estaba de acuerdo (Donnelly et al., 2015; Twenge, 2017). En las décadas de 1960 y 1970, los libros estadounidenses utilizaban cuatro veces más pronombres masculinos que femeninos, pero para el 2008 esta proporción había disminuido a dos por cada uno (Twenge et al., 2012).

Los cambios conductuales han acompañado a este cambio en actitudes. En 1965, la Escuela de Negocios de Harvard jamás le había otorgado un título a una mujer. En la generación 2016, 41% de su estudiantado se componía de mujeres. De 1960 a 2016, las mujeres aumentaron de 6 a 47%

En los países occidentales, los roles de género se están flexibilizando: ser piloto ya no es una profesión solo masculina y enseñar en un preescolar ya no es un trabajo necesariamente femenino.

(izquierda): *Fuente*: Fotografía de la Fuerza Aérea de Estados Unidos del Sargento Mayor Alfred A. Gerloff Jr.; (derecha): ©Shutterstock/Monkey Business Images.

entre estudiantes de medicina y de 3 a 51% entre estudiantes de leyes (AAMC, 2017; ABA, 2017; Hunt, 2000); así, en la actualidad, la mayoría de quienes estudian leyes son mujeres. Los modelos de rol podrían ser un catalizador esencial para estos cambios. Cuando una ley de India reservó posiciones de liderazgo de algunos poblados para mujeres, las niñas estuvieron en mayores probabilidades de aspirar a una educación superior y a profesiones en comparación con los poblados que carecían de modelos de rol femeninos (Beaman et al., 2012).

También han cambiado las cosas en Estados Unidos. A mediados del decenio de 1960, las mujeres estadounidenses que estaban casadas dedicaron *siete veces* más horas a las labores del hogar que sus maridos (Bianchi et al., 2000). Para 2013, esta brecha de género había disminuido, aunque seguía persistiendo: en promedio, 22% de los varones y 50% de las mujeres hacían labores caseras en un día promedio, con una media de 2.3 horas dedicadas a estas labores en el caso de las mujeres y 1.4 horas en el caso de los varones (BLS, 2017). En 2011, las madres seguían pasando el doble de tiempo en labores de crianza que los hombres, y pasaban tres veces más tiempo en trabajos remunerados que lo que hacían en 1965; pero de todos modos seguían trabajando en empleos remunerados alrededor de la mitad de las horas en comparación con los hombres (Pew Research, 2013).

Estas tendencias hacia una mayor igualdad entre géneros aparecen en diversas culturas; por ejemplo, las mujeres tienen una representación cada vez mayor en los parlamentos de la mayoría de las naciones (Inglehart y Welzel, 2005; IPU, 2017). Tales cambios, en diversas culturas y en un lapso de tiempo sorprendentemente breve, señalan que la evolución y lo biológico no hacen que los roles de género sean imposibles de cambiar: el tiempo también altera los géneros. También es posible que los roles de género progresivos inclinen a las culturas hacia la paz: las sociedades con una mayor igualdad de géneros están en menores probabilidades de participar en guerras y son menos violentas (Caprioli y Boyer, 2001; Melander et al., 2005).

En general, los roles de género han cambiado de manera considerable a lo largo de las décadas, pero siguen existiendo muchas diferencias sexuales. La interacción entre lo biológico y la cultura seguirá sucediendo y, en las décadas por venir, es posible que los roles de género continúen evolucionando.

EN RESUMEN: ¿Cómo influye la cultura en nosotros?

- La perspectiva cultural destaca la diversidad humana: las conductas e ideas que definen a un grupo y que se transmiten de generación en generación. Las diferencias en las actitudes y comportamientos de una *cultura* a otra indican el grado al que somos el producto de las *normas* y roles culturales. Sin embargo, los psicólogos transculturales también estudian la universalidad esencial de todos los humanos. Por ejemplo, a pesar de sus diferencias, las culturas tienen un número de normas en común, como el respeto a la privacidad en las amistades y la desaprobación del incesto.
- Gran parte de la influencia de la cultura se transmite a los niños a través de sus pares.
- Los roles más investigados, los *roles de género*, reflejan la influencia biológica, pero también ilustran el impacto poderoso que tiene la cultura. La tendencia universal ha sido que los varones, más que las mujeres, ocupen papeles socialmente dominantes.
- Los roles de género muestran variaciones importantes de cultura en cultura y a través del paso del tiempo.

¿EN QUÉ SE PARECEN VARONES Y MUJERES Y EN QUÉ DIFIEREN?

Describa en qué se parecen los hombres y las mujeres y en qué difieren.

Como hemos visto, no hay lugar donde la interacción entre lo biológico y lo cultural sea más evidente que en las diferencias entre hombres y mujeres. Así, entonces, ¿cuáles son estas diferencias; no las concepciones ni estereotipos populares, sino las verdaderas diferencias que se hayan encontrado a través de investigaciones?

Primero, consideremos las formas en que se parecen varones y mujeres. "De los 46 cromosomas del genoma humano, 45 son unisex", destacó Judith Rich Harris (1998). Así, hombres y mujeres son similares en muchos rasgos físicos y en las etapas del desarrollo durante la primera infancia, como la edad en que se sientan por sí solos, en que salen los dientes y en que caminan. También son muy parecidos en cuanto a una diversidad de rasgos psicológicos, como vocabulario total, creatividad, inteligencia, extraversión y felicidad. Las mujeres y los hombres experimentan las mismas emociones y añoranzas, ambos adoran a sus hijos y tienen cerebros de apariencia semejante. De hecho, como señalaron Ethan Zell y colaboradores (2015) en su revisión de 106 metaanálisis (cada uno un compendio estadístico de docenas de estudios), el resultado común para la mayoría de las variables que se estudiaron fue la *semejanza de géneros* (Hyde, 2018). En cuanto a la mayoría de atributos psicológicos, los puntos en común entre los sexos son mayores que las diferencias (Carothers y Reis, 2013; Hyde, 2005). La realidad es que el "sexo opuesto" en realidad es un sexo similar.

Sin embargo, por supuesto, también existen diferencias pronunciadas entre ambos sexos. En comparación con los hombres, la mujer promedio:

- tiene 70% más grasa corporal, 40% menos músculos, alrededor de 13 cm menos de estatura y alrededor de 18 kg de peso menos;
- es más sensible a los aromas y a los sonidos;
- tiene el doble de probabilidades de experimentar trastornos de ansiedad y depresión (Salk et al., 2017).

En comparación con las mujeres, el hombre promedio

- tarda más tiempo para ingresar a la pubertad (alrededor de dos años), pero muere antes (alrededor de cuatro años, en todo el planeta);
- tiene tres veces más probabilidades de que se le diagnostique con TDAH (trastorno por déficit de atención/hiperactividad), cuatro veces más probabilidades de suicidarse y cinco veces más probabilidades de morir a causa de un rayo;
- tiene mayor capacidad de mover las orejas.

Durante el decenio de 1970, a muchos expertos les preocupó que estudiar estas diferencias de género pudiera reforzar los estereotipos. ¿Estas diferencias de género se interpretarían como deficiencias de las mujeres? Aunque los hallazgos sí confirman algunos de los estereotipos asociados con las mujeres (son menos agresivas físicamente, más tiernas y más socialmente sensibles) son rasgos que, de hecho, prefiere la mayoría de las personas, sean mujeres u hombres (Prentice y Carranza, 2002; Swim, 1994). Así, no es de sorprender en absoluto que la mayoría de las personas valoren sus creencias y sentimientos relacionados con las mujeres como más *favorables* que aquellos relacionados con los hombres; un fenómeno que algunas personas han llamado el efecto "las mujeres son maravillosas" (Eagly, 1994; Haddock y Zanna, 1994).

Mientras discutimos las diferencias de género que se han encontrado en las investigaciones, tenga presente que son diferencias que se basan en promedios: no se aplican a todos los miembros del grupo. Muchas de estas diferencias tal vez hagan eco de sus propias experiencias y quizá haya otras que no lo hagan, pero eso no necesariamente significa que son erradas. Por ejemplo, a pesar de ser mujer, yo [JT] no estoy muy interesada en las compras. De modo que si un estudio encontrara que las mujeres están más interesadas en las compras, yo sería la excepción. Cuando era más joven, no me gustaba leer acerca de diferencias de género que hicieran ver frívolas a las mujeres

Incluso en los rasgos físicos, las diferencias individuales entre hombres y entre mujeres exceden con mucho las diferencias promedio que existen entre ambos sexos. El récord mundial de natación de cuatro minutos, 12 segundos en los 400 metros en estilo libre de Don Schollander en los Juegos Olímpicos de 1964 quedó muy por detrás de los tiempos de las ocho mujeres que compitieron en las finales olímpicas de 2012 en la misma prueba.

"No debería haber reparos en el estudio franco de las diferencias raciales y de género; la ciencia necesita desesperadamente estudios adecuados que [...] nos informen sobre lo que necesitamos hacer para que las personas menos representadas logren tener éxito en nuestra sociedad. A diferencia de los avestruces, no nos podemos dar el lujo de ocultar nuestras cabezas por temor a descubrimientos socialmente incómodos".

—Sandra Scarr (1988), psicóloga del desarrollo.

(como en el caso de las compras). Poco a poco, empecé a darme cuenta de que si algo es cierto sobre las mujeres en promedio, no significaba que tenía que ser cierto para *mí*. En el caso de los hombres, el equivalente podría ser leer acerca de diferencias relacionadas con actos indeseables, tales como agresión y violencia; incluso si es cierto respecto del promedio, no tiene que ser cierto en *su* caso. Tenga eso presente mientras sigue leyendo.

INDEPENDENCIA O RELACIONES

Los individuos masculinos pueden exhibir perspectivas y comportamientos que varían desde una feroz competitividad a una atención amorosa. Lo mismo sucede entre mujeres. Sin negar lo anterior, varias psicólogas feministas de finales del siglo XX argumentaban que las mujeres, más que los hombres, les daban prioridad a las relaciones cercanas e íntimas (Chodorow, 1978, 1989; Gilligan, 1982; Gilligan et al., 1990; Miller, 1986). Considere la evidencia:

JUEGO En comparación con los niños, las niñas hablan de manera más íntima y juegan con menos agresividad, señaló Eleanor Maccoby (2002) a partir de sus décadas de investigación sobre el desarrollo del género. También juegan en grupos más pequeños, a menudo hablando con una sola amistad. Es más frecuente que los niños participen en actividades dentro de grupos de mayor tamaño (Rose y Rudolph, 2006). Y a medida que los niños juegan con otros niños y las niñas con otras niñas, las diferencias sexuales se van ampliando. Estas diferencias sexuales en el juego entre pequeños también aparece en primates no humanos, tales como monos, lo que sugiere raíces relativamente universales y, tal vez, biológicas (Lonsdorf, 2017).

AMISTADES Y RELACIONES CON PARES En la edad adulta, las mujeres, al menos aquellas de culturas individualistas, tienen mayores probabilidades de describirse a sí mismas en términos relacionales: aceptan la ayuda, experimentan relaciones emocionales y están atentas a las relaciones de otros (Addis y Mahalik, 2003; Gabriel y Gardner, 1999; Tamres et al., 2002; Watkins et al., 1998, 2003). En Facebook, las mujeres utilizan más palabras que describen relaciones ("amigos", "familia", "hermana") y los hombres utilizan más palabras relacionadas con actividades e ideas específicas ("político", "futbol", "batalla"); en términos generales, el lenguaje de las mujeres en Facebook era más cálido, más compasivo y más educado, mientras que el de los hombres era más frío, más hostil y más impersonal (Park et al., 2016). En promedio, las mujeres están más conscientes de la manera en que sus acciones afectan a otras personas (You et al., 2011) y sienten un mayor apego a sus amistades (Gorrese y Ruggieri, 2012). "Quizá a causa de su mayor deseo de intimidad", informan Joyce Benenson y colaboradores (2009), durante su primer año de estudios superiores, las mujeres tienen el doble de probabilidades que los hombres de cambiar de compañeros de cuarto.

Las conversaciones telefónicas de las mujeres duran más tiempo y las niñas envían más del doble de mensajes de texto que los niños (Friebel y Seabright, 2011; Lenhart, 2010; Smoreda y Licoppe, 2000). Las mujeres hablan por periodos más prolongados cuando su meta es afiliarse a otros; aunque, en realidad, los hombres hablan más en términos generales y también cuando su meta es imponer sus opiniones y dar información (Leaper y Ayres, 2007). Las mujeres pasan más

El juego entre niñas con frecuencia se da en grupos pequeños e imita las relaciones. El juego entre niños suele ser más competitivo o agresivo.
(niñas): ©FatCamera/iStock/Getty Images; (niños): ©Corbis-Todos los derechos reservados

tiempo enviando correos electrónicos en los que expresan más emociones (Crabtree, 2002; Thomson y Murachver, 2001) y pasan más tiempo en sitios de redes sociales, como Facebook (Thompson y Lougheed, 2012). A diferencia de lo anterior, los niños y los hombres pasan más tiempo jugando en línea (Lenhart, 2015).

Cuando están en grupos, las mujeres comparten más información acerca de sus vidas y ofrecen más apoyo (Dindia y Allen, 1992; Eagly, 1987). Al enfrentarse al estrés, la respuesta de los hombres tiende a ser de pelea o huida; con frecuencia, su respuesta a las amenazas es el combate. En casi todos los estudios, las mujeres bajo estrés atienden con más frecuencia y ofrecen amistad; acuden a sus amistades y familia en busca de apoyo. Entre estudiantes en su primer año de universidad, 72% de los varones y 82% de las mujeres dicen que es muy importante ayudar a "otros que se encuentran en dificultades" (Eagan et al., 2017). Las diferencias sexuales relacionadas con la independencia en contraste con las relaciones pueden verse con facilidad en un estudio acerca del uso de lenguaje en Facebook (Schwartz et al., 2013; **figura 5.5**).

"En la voz distintiva de las mujeres se encuentra la verdad de una ética de cuidado".

—Carol Gilligan, *In a Different Voice,* 1982

FIGURA 5.5

Palabras y frases con las mayores diferencias de género entre más de 70 000 usuarios de Facebook

Las diferencias de género asociadas con la independencia y la relación son fácilmente aparentes en este estudio de lenguaje natural, como también lo son otras diferencias, como la mayor propensión de los hombres a utilizar insultos y de las mujeres a enfocarse en las compras. Las agrupaciones de la periferia muestran los temas específicos donde se encuentran las diferencias de género más notables.

(a-b): Fuente: Schwartz, H. A., Eichstaedt, J. C., Kern, M. L., Dziurzynski, L., Ramones, S. M., Agarwal, M., Shah, A., Kosinski, M., Stillwell, D., Seligman, M. E. P., y Ungar, L. H. (2013).

Dado que las mujeres están más interesadas en trabajos que se centran en las personas, es posible que la medicina se convierta en una profesión dominada por mujeres al paso del tiempo.
©Rocketclips, Inc./Shutterstock

Al escribir, las mujeres tienden a utilizar más preposiciones que indican relación ("con"), menos palabras cuantitativas y más el tiempo presente. Los hombres utilizan un lenguaje más complejo y las mujeres más palabras y pronombres sociales (Newman et al., 2008). Un programa de cómputo, que se enseñó a sí mismo a reconocer diferencias de género en el uso de palabras y la estructura de oraciones, identificó con éxito el género del autor en 80% de 920 obras de ficción y no ficción británicas (Koppel et al., 2002).

En conversación, los estilos de los hombres reflejan su preocupación por la independencia y los de las mujeres por las relaciones. Los hombres están en más probabilidades de actuar como lo hacen las personas poderosas: hablan de manera asertiva, interrumpen de manera intrusiva, usan sus manos para tocar a otros, fijan más la vista y sonríen menos (Leaper y Robnett, 2011). Por ejemplo, en la Suprema Corte de Justicia de Estados Unidos las mujeres se ven interrumpidas de manera desproporcionada por sus colegas varones (Jacobi y Schweers, 2017). En la declaración de resultados sobre la perspectiva femenina, el estilo de influencia de las mujeres tiende a ser más indirecto: con menos interrupciones, más sensible, más educado, menos arrogante y más calificado y precavido.

Así entonces, ¿es correcto decir (según las palabras del título de un éxito de ventas del decenio de 1990) que *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus*? De hecho, señalan Kay Deaux y Marianne LaFrance (1998), los estilos conversacionales de hombres y mujeres varían según el contexto social. Gran parte del estilo que se les atribuye a los hombres es típico de personas (tanto hombres como mujeres) en posiciones de estatus y poder (Hall et al., 2006; Pennebaker, 2011). Por ejemplo, los estudiantes asienten más con la cabeza cuando hablan con sus profesores que cuando hablan con sus pares y las mujeres asienten más con la cabeza que los hombres (Helweg-Larsen et al., 2004). Los hombres, y las mujeres en papeles de estatus elevado, tienden a hablar más fuerte y a interrumpir más (Hall et al., 2005). Además, existen variaciones individuales; algunos hombres son indecisos, algunas mujeres asertivas. Sugerir que mujeres y hombres provienen de planetas diferentes es una simplificación muy exagerada.

VOCACIONES En general, las mujeres están más interesadas en empleos que tienen que ver con la gente (maestras, doctoras), y a los hombres les interesa trabajar con cosas (conductores de camiones, ingenieros) (Diekman et al., 2010; Eagly, 2009, 2017; Lippa, 2010; Su et al., 2009). Las mujeres están menos interesadas en carreras relacionadas con matemáticas que los varones, incluso entre aquellas con un talento para las matemáticas (Lubinski y Benbow, 2006). Otra distinción: los hombres tienden a verse atraídos de manera desproporcionada a trabajos que acentúan las inequidades (abogados de la fiscalía, publicidad corporativa); las mujeres se ven atraídas hacia trabajos que reducen inequidades (defensoras públicas, trabajo publicitario para obras caritativas [Pratto et al., 1997]). Un estudio sobre las preferencias laborales de 640 000 personas reveló que, por encima de las mujeres, los hombres valoran los ingresos, los ascensos, los desafíos y el poder; por encima de los hombres, las mujeres valoran los buenos horarios, las relaciones personales y la oportunidad de ayudar a los demás (Konrad et al., 2000; Pinker, 2008). De hecho, en la mayoría de las profesiones estadounidenses asistenciales, como trabajo social, magisterio y enfermería, las mujeres superan en cantidad a los hombres. Los años más recientes han visto algunos cambios: entre adultos jóvenes de Israel, hombres y mujeres no difirieron en cuanto a sus preferencias por profesiones administrativas en 2010 (a diferencia de 1990, cuando los hombres mostraron una preferencia por estas), pero los hombres siguieron prefiriendo profesiones técnicas más que las mujeres (Gati y Perez, 2014). A partir del 2012, 66% de las mujeres jóvenes coincidieron con que era importante tener éxito en una profesión de altos ingresos; más que el 59% de los varones jóvenes que también coincidieron con esto (Patten y Parker, 2012).

RELACIONES FAMILIARES Los lazos de las mujeres como madres, hijas, hermanas y abuelas son lo que une a las familias (Rossi y Rossi, 1990). Después del nacimiento de sus hijos, los padres (en especial las mujeres) se vuelven más tradicionales en sus actitudes y comportamientos relacionados con el género (Ferriman et al., 2009; Katz-Wise et al., 2010). Las mujeres pasan el doble de tiempo que los hombres cuidando de sus hijos (BLS, 2017). En comparación con los varones,

las mujeres compran tres veces más regalos y tarjetas de felicitación, escriben dos a cuatro veces más cartas personales y hacen 10 a 20% más llamadas de larga distancia a amigos y familiares (Putnam, 2000). Entre 500 páginas de Facebook elegidas de manera aleatoria alrededor del planeta, las mujeres mostraron más fotografías familiares y expresaron más emociones, mientras que los hombres tuvieron mayores probabilidades de mostrar su estatus o sus atrevimientos (Tiffert y Vilnai-Yavetz, 2014).

SONREÍR Por supuesto, sonreír varía según la situación. Sin embargo, en más de 400 estudios, la mayor capacidad de relacionarse de las mujeres se ve expresada en su tasa por lo general más elevada de sonrisas (Fischer y LaFrance, 2015; LaFrance et al., 2003). Por ejemplo, cuando Marianne LaFrance (1985) analizó 9 000 fotografías de anuarios universitarios, encontró una mayor frecuencia de sonrisas entre las mujeres. Lo mismo sucedió en el caso de Amy Halberstadt y Martha Saitta (1987) en su análisis de 1 100 fotografías de revistas y periódicos y 1 300 personas en centros comerciales, parques y calles. En apariencia, los niños aprenden a no sonreír tanto para los 11 años de edad: los niños y las niñas sonríen con la misma frecuencia en sus fotografías escolares de educación básica, pero para el sexto grado, las niñas sonríen significativamente más que los niños (Wondergem y Friedmeier, 2012).

Algunas diferencias de género no se correlacionan con el estatus y el poder. Por ejemplo, las mujeres, en todos los niveles, tienden a sonreír más (Hall et al., 2005).

EMPATÍA Cuando se les encuesta, las mujeres tienen muchas más probabilidades de describirse como dotadas de **empatía** o capaces de sentir lo que siente otro: sentirse feliz con aquellos que se sienten felices y llorar con aquellos que lloran (Chopik et al., 2017; O'Brien et al., 2013). A un menor grado, la diferencia en empatía se extiende a estudios de laboratorio:

empatía
La experiencia indirecta de los sentimientos de alguien más; ponerse en los zapatos del otro.

- Al mostrarles imágenes o narrarles historias, las niñas reaccionan con mayor empatía (Hunt, 1990).
- Ante experiencias sobrecogedoras en el laboratorio o en la vida real, las mujeres, más que los hombres, expresan empatía por otras personas que pasan por experiencias similares (Batson et al., 1996).
- Al observar a otros recibir choques eléctricos supuestamente dolorosos, los circuitos relacionados con la empatía de las mujeres exhiben una elevación en su actividad, incluso cuando esto no sucede en el caso de los hombres (Singer et al., 2006).

¿Qué cree usted: las mujeres occidentales deberían volverse más autosuficientes y sintonizadas con el individualismo de su cultura? ¿O sería posible que el enfoque relacional de las mujeres hacia la vida pudiera transformar a las sociedades occidentales orientadas al poder (y marcadas por altos niveles de descuido infantil, soledad y depresión) en comunidades más atentas?

Todas estas diferencias ayudan a explicar por qué, en comparación con las amistades masculinas, tanto hombres como mujeres informan que las amistades con mujeres son más íntimas, placenteras y afectuosas (Rubin, 1985; Sapadin, 1988). Cuando usted está en busca de empatía y comprensión, de alguien ante quien puede revelar sus alegrías y tristezas, ¿hacia quién se dirige? La mayoría de los hombres y de las mujeres se dirigen hacia una mujer.

Una explicación para esta diferencia de empatía entre hombres y mujeres es que las mujeres tienden a tener un mejor desempeño en la interpretación de las emociones de los demás. En su análisis de 125 estudios sobre la sensibilidad de hombres y mujeres a señales no verbales, Judith Hall (1984, 2006) determinó que, en términos generales, las mujeres son mejores en la decodificación de los mensajes emocionales de otros. Por ejemplo, al mostrarles un fragmento de dos segundos de una película muda del rostro de una mujer alterada, las mujeres adivinaron con mayor precisión si estaba criticando a alguien o si estaba discutiendo su divorcio. También es más frecuente que las mujeres sean mucho mejores que los hombres para recordar la apariencia de alguien (Mast y Hall, 2006).

Por último, las mujeres también son más capaces de *expresar* sus emociones de manera no verbal. Esto es cierto en especial en el caso de emociones positivas, informan Erick Coats y Robert Feldman (1996). Les pidieron a diferentes personas que hablaran acerca de momentos en que se habían sentido felices, tristes y enojadas. Al mostrar fragmentos de cinco segundos de video sin sonido de los reportes de momentos felices, los observadores pudieron discernir las emociones de las mujeres con mucha mayor precisión que las emociones de los hombres. No obstante, los hombres tuvieron un éxito un tanto superior en la comunicación de su enojo.

Debido a que, en términos generales, son empáticas y capaces de interpretar las emociones de los demás, las niñas son menos vulnerables al autismo que, para Simon Baron-Cohen (2004), representa "un cerebro masculino extremo".

DOMINIO SOCIAL

Imagine a dos personas. Una es "aventurera, autocrática, grosera, dominante, impositiva, independiente y fuerte". La otra es "afectuosa, dependiente, soñadora, emocional, sumisa y débil". Si a usted la primera persona le suena más a hombre y la segunda más a mujer, no está solo, informaron

John Williams y Deborah Best (1990, p. 15). Desde Asia a África y a Europa a Australia, las personas califican a los hombres como más dominantes, enérgicos y agresivos. Además, estudios de casi 80 000 personas en 70 países diferentes muestran que los hombres valoran más el poder y el logro de lo que lo hacen las mujeres (Schwartz y Rubel, 2005).

Los hombres también superan a las mujeres en cifras de mayor desamparo, como en el caso de prisioneros e indigentes (Baumeister, 2010).

Estas percepciones y expectativas se correlacionan con la realidad. En esencia, en toda sociedad, los hombres son más dominantes socialmente (Pratto, 1996). Como observaron Peter Hegarty y colaboradores (2010), a lo largo del tiempo, los títulos y nombres de los varones se mencionan en primer lugar: "el Rey y la Reina", "él y ella", "marido y mujer", "el señor y la señora", "Bill y Hillary". Shakespeare jamás escribió obras con títulos tales como *Julieta y Romeo* o *Cleopatra y Antonio*.

Como veremos, las diferencias de género varían en gran medida por la cultura y las diferencias de género se están encogiendo en muchas sociedades industrializadas a medida que las mujeres asumen más posiciones administrativas y de liderazgo (Koenig et al., 2011). Sin embargo:

- En 2017, las mujeres únicamente alcanzaron 24% de las posiciones legislativas del mundo (IPU, 2017).
- A diferencia de las mujeres, los hombres están más preocupados por el dominio social y tienen más probabilidades de favorecer candidatos políticos y programas conservadores que preserven la inequidad grupal (Eagly et al., 2004; Sidanius y Pratto, 1999).
- Los hombres conforman 50% de los jurados, pero conforman la vasta mayoría de líderes electos de los jurados; los hombres también son los líderes de la mayoría de los grupos de laboratorio especializados (Colarelli et al., 2006; Hastie et al., 2002).
- En Gran Bretaña, los hombres tienen 74% de los 100 principales puestos de las juntas corporativas (BIS, 2015).
- Las mujeres de la mayoría de los países ganan, en promedio, entre 60 y 75% de los salarios que se les pagan a los hombres, según el Banco Mundial (Banco Mundial, 2012). Solo cerca de 20% de esta brecha salarial puede atribuirse a diferencias de género en educación, experiencia laboral o características del trabajo (Banco Mundial, 2003).

En diversos estudios, las personas *perciben* a los líderes como poseedores de rasgos culturales más masculinos: más confiados, impositivos, independientes y expresivos (Koenig et al., 2011). Al escribir cartas de recomendación, las personas utilizan adjetivos más "de agentes" al describir a los candidatos hombres y adjetivos más "públicos" (servicial, amable, atenta, afectuosa, discreta) para describir a las candidatas mujeres (Madera et al., 2009). El efecto neto podría ser desventajoso para las mujeres que intentan asumir roles de liderazgo. Y en los casos en que las mujeres sí se comportan de forma más dominante, es frecuente que se les perciba como menos agradables (Williams y Tiedens, 2016), lo que crea otro tipo de barreras.

Los hombres tienen más probabilidades de enfrentar riesgos, tanto físicos como económicos, que las mujeres.
©Paul Cowan/Shutterstock

El estilo de comunicación de los hombres apuntala su poder social. En los roles de liderazgo, los hombres tienden a sobresalir como líderes directivos y orientados al trabajo; las mujeres sobresalen con más frecuencia en el liderazgo transformativo o relacional que favorecen cada vez más organizaciones, con habilidades de inspiración y sociales que fomentan el espíritu de equipo (Pfaff et al., 2013). Los hombres, más que las mujeres, priorizan el ganar, tener éxito y dominar a los demás (Sidanius et al., 1994). Esto podría explicar por qué las personas se inclinan más por los líderes hombres en casos de competencias entre grupos, como cuando dos países van a la guerra, que cuando existen conflictos al interior de los grupos (Van Vugt y Spisak, 2008).

El mayor poder social de los hombres no es por completo positivo, ya que pueden temer perderlo: un fenómeno que se conoce como *masculinidad precaria* (Kroeper et al., 2014; Vandello y Bosson, 2013). En muchas culturas, la masculinidad se considera como algo que debe ganarse y defenderse. Como señalan Joseph Vandello y Jennifer Bosson, "Les imploramos [a los hombres] que 'se fajen los pantalones' frente a las dificultades y preguntamos si alguien es 'lo bastante hombre' como para un trabajo... En contraste, rara vez, si es que alguna, nos topamos con preguntas acerca de si una mujer

es una 'mujer de a de veras' o si es 'lo bastante mujer'" (2013, p. 101). Los hombres están mucho más preocupados de que se les identifique como femeninos que las mujeres de que se les identifique como masculinas (Bosson y Michniewicz, 2013); quizá, una de las razones por las que los hombres están en mayores probabilidades que las mujeres de ser prejuiciosos en contra de los hombres gay (Carnaghi et al., 2011; Glick et al., 2007). También es posible que los hombres defiendan su masculinidad en los casos en que tengan una jefa mujer y que actúen de manera más asertiva de lo que lo harían hacia un jefe hombre (Netchaeva et al., 2015).

Los hombres también actúan de manera más impulsiva y toman más riesgos (Byrnes et al., 1999; Cross et al., 2011; Petraitis et al., 2014), quizá porque están tratando de probar su masculinidad (Parent et al., 2017). Un estudio de datos de 35 000 cuentas bursátiles encontró que "los hombres son más excesivamente confiados que las mujeres" y, por ende, llevaban a cabo 45% más acciones bursátiles (Barber y Odean, 2001a). Debido a que estas transacciones cuestan dinero y a que las transacciones de los hombres no resultaron más exitosas, sus resultados se encontraron por debajo del mercado accionario en 2.65% en comparación con el resultado 1.72% inferior de las mujeres. Las transacciones bursátiles de los hombres fueron más riesgosas; y por ello los hombres perdieron mayores cantidades de dinero. Incluso en Finlandia, un país en el que existe una mayor equidad de género, los hombres toman más riesgos con sus carpetas bursátiles (Halko et al., 2012). No obstante, hombres y mujeres no difirieron en la toma de riesgos sociales, como en la expresión de opiniones poco populares (Harris et al., 2006).

AGRESIÓN

Al hablar de **agresión**, los psicólogos se refieren a los comportamientos que tienen la intención de lastimar. A lo largo del mundo, cazar, pelear e ir a la guerra son actividades principalmente masculinas (Wood y Eagly, 2007). En encuestas, los hombres admiten ser más agresivos que las mujeres. En experimentos de laboratorio, los hombres efectivamente exhiben una mayor agresión física; por ejemplo, al aplicar lo que piensan son choques eléctricos dolorosos (Knight et al., 2002). Tanto en Canadá como en Estados Unidos, se arresta ocho veces más a hombres que a mujeres por asesinato (Statistics Canada, 2010; FBI, 2017). Casi todos los terroristas suicidas han sido hombres jóvenes (Kruglanski y Golec de Zavala, 2005). Y lo mismo sucede en el caso de casi todas las muertes en el campo de batalla y entre reclusos en el pabellón de la muerte.

Pero, de nuevo, las diferencias de género fluctúan según el contexto. Cuando se provoca a las personas, la brecha de género disminuye (Bettencourt y Kernahan, 1997; Richardson, 2005). Y en el caso de las formas menos violentas de agresión, por ejemplo, darle una bofetada a algún miembro de la familia, arrojar algún objeto o insultar a alguien, las mujeres no son menos agresivas que los hombres e, incluso, es posible que sean más agresivas que ellos (Archer, 2000; Björkqvist, 1994; White y Kowalski, 1994). Las mujeres también tienen ligeramente más probabilidades de cometer actos agresivos indirectos, como hacer circular rumores maliciosos (Archer, 2009). Pero en todo el planeta, y a todas las edades, es mucho más frecuente que los hombres lastimen a otros a través de la agresión física.

agresión
Comportamiento físico o verbal que tiene por intención lastimar a alguien. En experimentos de laboratorio, esto puede significar aplicar choques eléctricos o decir cosas que quizá hieran los sentimientos de alguien más.

"Si las mujeres estuvieran a cargo de todas las naciones del mundo, no habría, y sinceramente lo creo, casi ningún conflicto militar y, en caso de que lo hubiera, todos los involucrados se sentirían terriblemente mal y pronto habría un intercambio de cartas emotivas en los altos niveles... seguidas de una Comida por la Paz".

—Dave Barry, humorista (1997)

SEXUALIDAD

En cuanto a sus respuestas fisiológicas y subjetivas a los estímulos sexuales, las mujeres y los hombres son "más parecidos que diferentes" (Griffitt, 1987). Las diferencias radican en lo que sucede antes.

- Imagine que va caminando por el campus universitario un día y que se acerca un miembro atractivo del sexo opuesto. "Hola. Te he visto por aquí últimamente y me atraes mucho. ¿Quieres tener sexo conmigo esta noche?", pregunta él o ella. ¿Usted qué haría? Ni una sola mujer soltera dijo que sí, a diferencia de tres de cada cuatro hombres (Clark y Hatfield, 1989). En lugar de lo anterior, al preguntarles si querrían salir en una cita, alrededor de la mitad tanto de hombres como de mujeres dijeron que sí (Clark, 1990; Clark y Hatfield, 1989).
- "Puedo imaginarme sintiéndome cómodo(a) y disfrutando del sexo 'casual' con diversas parejas", coincidieron 48% de los hombres y 12% de las mujeres en una encuesta en Australia (Bailey et al., 2000). Un estudio de 48 naciones mostró variaciones de país en país en cuanto a la aceptación de una sexualidad irrestricta, variando desde la promiscuidad relativa en Finlandia hasta la monogamia relativa en Taiwán (Schmitt, 2005). Pero en cada

"A diferencia de lo que creen muchas mujeres, es relativamente fácil establecer una relación duradera, estable, íntima y mutuamente gratificante con un tipo. Claro que el tipo tendría que ser un perro labrador".

—Dave Barry, *Nosotros, los tíos,* 1997

uno de los países estudiados, los hombres expresaron mayores deseos de sexo irrestricto. Estas diferencias sexuales se mantienen entre hombres gay y mujeres lesbianas (Howard y Periloux, 2017). Tanto hombres como mujeres tienen niveles similares de autocontrol, pero los impulsos sexuales de los hombres son más poderosos, lo que deriva en que cedan a la tentación sexual con mayor frecuencia (Tidwell e Eastwick, 2013).

- En una encuesta a 3 400 estadounidenses de 18 a 59 años de edad, seleccionados de manera aleatoria, la mitad del número de hombres (25%) que de mujeres (48%) citaron el afecto por su pareja como una razón para perder su virginidad. En una muestra de estudiantes universitarios de 18 a 25 años de edad, el hombre promedio pensó en sexo alrededor de una vez por hora, mientras que la mujer promedio pensó en sexo alrededor de una vez por cada dos horas; aunque hubo una significativa variación individual (Fisher et al., 2011). Otro estudio encontró que los hombres pensaban en comida y en dormir más que las mujeres, lo que podría sugerir la posibilidad de que tan solo pasen más tiempo pensando acerca de sus necesidades (Fisher et al., 2012). Los hombres también se masturban más que las mujeres (Peterson y Hyde, 2011).

La diferencia de género en cuanto a actitudes sexuales se extiende al comportamiento. "Con raras excepciones en la totalidad del planeta", informaron el psicólogo transcultural Marshall Segall y colaboradores (1990, p. 244), "los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de iniciar la actividad sexual".

En comparación con mujeres lesbianas, los varones gay también informaron tener más interés en el sexo sin compromisos, sexo más frecuente, mayor interés en la pornografía, mayor sensibilidad a estímulos visuales y mayor preocupación por el atractivo de sus parejas (Peplau y Fingerhut, 2007; Rupp y Wallen, 2008; Schmitt, 2007). En Estados Unidos, 47% de las mujeres lesbianas se encuentra en una relación comprometida, una tasa del doble que la de hombres gays (24%) (Doyle, 2005). "No es que los hombres gays estén obsesionados con el sexo", observó Steven Pinker (1997). "Solo se trata de hombres cuyos deseos masculinos se enfrentan a otros deseos masculinos en lugar de a deseos femeninos".

De hecho, no solo es que los hombres fantaseen más en cuanto a sexo, tienen actitudes más permisivas y buscan más parejas; también se excitan con más facilidad, desean tener relaciones sexuales con mayor frecuencia, se masturban más a menudo, ven más pornografía, son menos exitosos en el celibato, se niegan al sexo con menor frecuencia, utilizan más recursos para conseguir sexo y prefieren una mayor variedad sexual (Baumeister et al., 2001; Baumeister y Vohs, 2004; Petersen y Hyde, 2011). La **figura 5.6** muestra la amplia diferencia de géneros en el uso de pornografía dentro de una encuesta nacional (Carroll et al., 2017).

En otra encuesta se les preguntó a 16 288 personas de 52 naciones cuántas parejas sexuales deseaban tener en el mes siguiente. Entre las personas sin compromisos, 29% de los hombres y 6% de las mujeres deseaban tener más de una pareja (Schmitt, 2003, 2005). Los resultados fueron idénticos entre gays y heterosexuales (29% de los gays y 6% de las lesbianas quisieron tener más de una pareja).

"Oh, claro que sí, nena, claro que te voy a escuchar: te voy a escuchar toda la noche".

©Alex Gregory. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

"En todas partes, el sexo se entiende como algo que tienen las mujeres y que quieren los hombres", escribió el antropólogo Donald Symons (1979, p. 253). No es de sorprender, dicen Roy Baumeister y Kathleen Vohs, que las culturas de todas partes atribuyan un mayor valor a la sexualidad femenina que a la masculina, como se indica en las asimetrías en la prostitución y el cortejo, donde los hombres por lo general ofrecen dinero, regalos, halagos o compromiso en un intercambio implícito por la participación sexual de la mujer. En la economía sexual humana, señalan, las mujeres rara vez pagan por el sexo, si es que alguna vez lo hacen. Al igual que los sindicatos de trabajadores que se oponen al trabajo de esquiroles que mina el valor de sus propias labores, la mayoría de las mujeres se opone a que otras ofrezcan sexo barato, lo que reduce el valor de su propia sexualidad. En 185 países diferentes, mientras menos hombres disponibles, *mayor* la tasa de embarazos adolescentes porque, cuando los hombres son escasos, "las mujeres compiten entre sí ofreciendo el sexo a

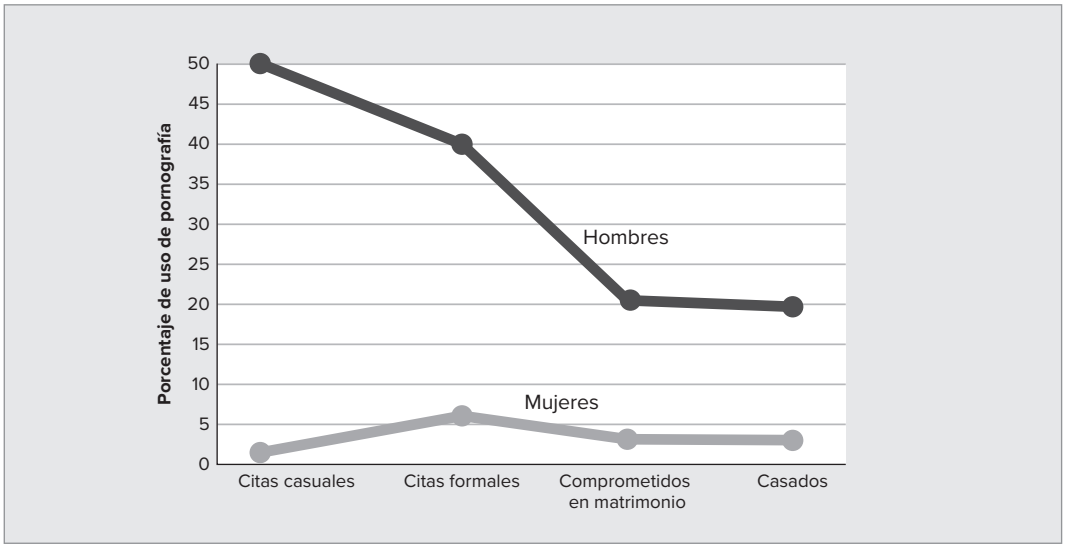


FIGURA 5.6
La brecha pornográfica
Una amplia encuesta de parejas heterosexuales encontró una brecha significativa entre géneros en cuanto al consumo de pornografía.
Fuente: Carroll, J. S., Busby, D. M., Willoughby, B., J., Brown, C. C. (2017).

un menor precio en términos de compromiso" (Barber, 2000; Baumeister y Vohs, 2004; Moss y Maner, 2016). En épocas recientes, hay una escasez de hombres en los campus universitarios (donde solo representan 43% de la población estudiantil); quizá a eso se deba que tantos campus universitarios de la actualidad tengan normas sociales que favorecen los encuentros sexuales carentes de compromisos (Wade, 2017). En contraste, en los sitios en que escasean las mujeres, como sucede con cada vez mayor frecuencia en China y en India, el valor de mercado de su sexualidad aumenta, por lo que pueden obtener un mayor compromiso.

En muchas instalaciones universitarias, el sexo a menudo se busca más a través de encuentros casuales que en relaciones comprometidas, un sistema que, las investigaciones sugieren, debería ser atractivo en especial para los hombres.
©Ingram Publishing

También existen diferencias en las fantasías sexuales entre hombres y mujeres (Ellis y Symons, 1990). En los materiales eróticos de orientación masculina, las mujeres son libres y están motivadas por el deseo. En la literatura romántica, que principalmente consumen las mujeres, un hombre fuerte se ve consumido por su pasión inquebrantable hacia la heroína de la historia. Los científicos sociales no son los únicos que lo han notado. "Las mujeres pueden sentirse fascinadas por una película subtitulada de cuatro horas de duración en la que la totalidad de la trama se reduce a un hombre y una mujer que añoran tener una relación, pero que jamás alcanzan a lograrla", observa el humorista Dave Barry (1995). "Los hombres DETESTAN eso. Quizá experimenten unos 45 segundos de añoranza y después quieren que todo el mundo se quite la ropa. Seguido de una persecución de alta velocidad. Una película que se llamara *Personas desnudas que se persiguen en autos* sería un exitazo entre los hombres".

De la misma manera en que los detectives se sienten más intrigados por los delitos que por la virtud, así también los detectives psicológicos se sienten más intrigados por las diferencias que por las semejanzas. Por ello debemos recordar que las diferencias *individuales* exceden, con mucho, las diferencias de género. Las mujeres y los hombres difícilmente son sexos opuestos. Más bien, difieren como lo hacen dos manos tomadas una de otra: similares, pero no iguales, unidas, pero distintas al tiempo que están juntas.

EN RESUMEN: ¿En qué se parecen varones y mujeres y en qué difieren?

- En muchos sentidos, son parecidos niños y niñas, hombres y mujeres. No obstante, sus diferencias atraen mayor atención que sus similitudes.
- Los psicólogos sociales han explorado las diferencias de género en cuanto a independencia frente a relación. Por lo general, las mujeres muestran más afecto, *empatía* y emociones y se definen a sí mismas más en términos de relaciones.
- Hombres y mujeres también tienden a exhibir diferencias en cuanto a dominio social y agresión. En todas las culturas que se conocen sobre la Tierra, los hombres tienden a tener más poder social y tienen más probabilidades de llevar a cabo *agresiones* físicas que las mujeres.
- La sexualidad es otra área de marcadas diferencias de género. Los hombres piensan más en el sexo y lo inician con mayor frecuencia, mientras que la sexualidad de las mujeres tiende a verse inspirada por la pasión emocional.

¿QUÉ PODEMOS CONCLUIR SOBRE LA GENÉTICA, LA CULTURA Y EL GÉNERO?

Explique cómo interactúan lo biológico y lo cultural.

No debemos de pensar en la evolución y en la cultura como si estuviesen en competencia. Las normas culturales afectan nuestras actitudes y comportamientos de maneras sutiles, pero poderosas. Pero no lo hacen independientemente de lo biológico. Al final de cuentas, todo lo social y lo psicológico es biológico. Si las expectativas de los demás influyen sobre nosotros es por nuestra programación biológica. Además, aquello que inicia nuestra herencia biológica puede verse acentuado por nuestra cultura. Los genes y las hormonas predisponen a los hombres a ser físicamente más agresivos que las mujeres. Pero la cultura amplifica esa diferencia a través de las normas que esperan que los hombres sean el sexo fuerte y que las mujeres sean el sexo más débil y amable.

interacción
Relación en la que el efecto de uno de los factores (como lo biológico) depende de otro factor (como el ambiente).

También es posible que lo biológico y lo cultural **interactúen**. Los avances en ciencia genética indican cómo la experiencia utiliza los genes para cambiar el cerebro (Carlson et al., 2014; Quartz y Sejnowski, 2002). Los estímulos ambientales pueden activar genes que produzcan nuevos receptores cerebrales de ramificación celular. Las experiencias visuales activan genes que desarrollan el área visual del cerebro. El tacto de los padres activa genes que ayudan a los hijos a lidiar con sucesos estresantes futuros. Los genes no están inscritos en piedra: responden de manera adaptativa a nuestras experiencias.

Los genes y el ambiente interactúan. Cuando las familias se encuentran felices y en calma, la variación genética en ansiedad tiene una mayor influencia que en ambientes más conflictivos.
©BJI/Blue Jean Images/Getty Images

Como mencionamos antes en el capítulo, el campo de la *epigenética* (que significa "a continuación de" la genética), explora los mecanismos por medio de los cuales el ambiente dispara la expresión de los genes. Dieta, fármacos y estrés, incluyendo abuso infantil, pueden regular la expresión de los genes (Champagne y Mashoodh, 2009; McGowan et al., 2010; Yang et al., 2013). Algunos estudios con animales sugieren que los cambios epigenéticos pueden heredarse a lo largo de varias generaciones. Por ejemplo, cuando se expone a las madres embarazadas a toxinas o a dietas poco sanas, los efectos de lo anterior pueden verse no solo en sus crías, sino también en los hijos de estas (en sus nietos) (De Assis et al., 2012). Hasta el momento, los estudios con humanos se han centrado más en la manera en que el ambiente cambia las tendencias genéticas. Por ejemplo, en familias que tienen peleas frecuentes, la

predicción genética de la ansiedad se reduce dado que todo el mundo ya es ansioso. Pero en familias relativamente calmadas, solo aquellos predispuestos desde el punto de vista genético a la ansiedad son ansiosos, de modo que la genética tiene una mayor influencia (Jang et al., 2005). En términos generales, la ciencia de la epigenética sugiere que los factores ambientales moldean cambios biológicos vitalicios, lo que muestra que naturaleza y crianza trabajan de manera conjunta, no de forma independiente.

Lo biológico y la experiencia también interactúan cuando los rasgos biológicos influyen en la forma en que reacciona el ambiente. Los hombres, al ser 8% más altos y con un promedio de casi el doble de proporción de masa muscular, sin duda experimentarán la vida de forma diferente que las mujeres. O considere lo siguiente: una poderosa norma cultural dictamina que los varones deben ser más altos que sus parejas femeninas, por lo que el hombre es más alto que la mujer en más parejas de las que se esperaría por azar (Stulp et al., 2013). En retrospectiva, podríamos aventurar una explicación psicológica: quizá ser más altos ayuda a los hombres a perpetuar su poder social sobre las mujeres. Pero también podemos especular que existe una sabiduría evolutiva subyacente a la norma cultural: si las personas prefirieran parejas de su misma estatura, los varones altos y las mujeres bajas a menudo se encontrarían sin parejas. Como son las cosas, la evolución indica que los hombres tienden a ser más altos que las mujeres, y la cultura dicta lo mismo en el caso de las parejas. De modo que la norma relacionada con la estatura bien podría ser el resultado de lo biológico *y* lo cultural.

Sigue siendo inusual ver a una pareja en la que la mujer es más alta que el hombre. Eso podría deberse a lo biológico, a lo cultural o, más probablemente, a ambos.
©Jasper Cole/Blend Images/Getty Images

Alice Eagly (2009, 2017) y Wendy Wood (Eagly y Wood, 2013; Wood e Eagly, 2007) teorizaron acerca de la manera en que interactúan lo biológico y lo cultural (**figura 5.7**). Creen que una variedad de factores, incluyendo las influencias biológicas y la socialización infantil, predispone a una división sexual de labores. En la vida adulta, las causas inmediatas de las diferencias de género en el comportamiento social son los roles que reflejan esta división sexual de las labores. Los hombres, a causa de su fuerza y velocidad biológicamente conferidas, tienden a encontrarse en roles que demandan del poder físico. La capacidad de parir hijos y de amamantar con la que cuentan las mujeres las inclinan hacia roles más afectuosos. Así, cada sexo tiende a exhibir los comportamientos que se esperan de aquellos que ocupan dichos roles y cuyas habilidades y creencias están moldeadas de manera acorde. Naturaleza y crianza con una "telaraña enmarañada". A medida que la asignación de roles se vuelva más equitativa, Eagly predice que las diferencias de género "disminuirán de manera gradual".

De hecho, señalan Eagly y Wood, en culturas donde hay una mayor igualdad en los roles de género, la diferencia de género en preferencias de pareja (hombres que buscan juventud y habilidades domésticas, mujeres que buscan estatus y potencial de ingresos) es menor. De la misma manera, a medida que ha aumentado el empleo de mujeres en ocupaciones antes masculinas, ha disminuido la diferencia de géneros en autoinformes de asertividad (Twenge, 1997). A medida que hombres y mujeres representan papeles más similares, algunas diferencias psicológicas disminuyen;

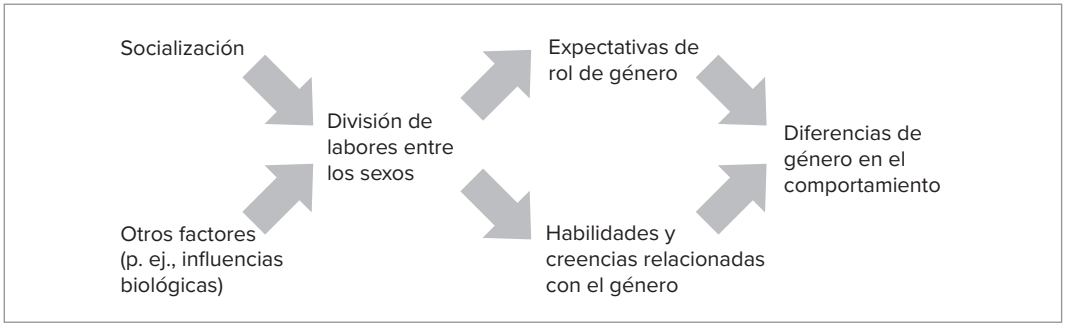


FIGURA 5.7

Teoría de roles sociales de la diferencia de géneros en el comportamiento social

Diversas influencias, incluyendo experiencias y factores de la infancia, inclinan a hombres y a mujeres hacia roles diferentes. Son las expectativas, así como las habilidades y las creencias asociados con estos roles distintos, las que afectan el comportamiento de hombres y mujeres.

Fuente: Adaptado de Eagly, A. (1987).

Detalles DE LA HISTORIA

Alice Eagly sobre las semejanzas y diferencias de género

Inicié mis investigaciones acerca del género a principio del decenio de 1970. Como muchas psicólogas feministas de mi época, de inicio supuse que, a pesar de los estereotipos culturales de género, mujeres y hombres serían por lo general equivalentes en cuanto a su psicología y comportamiento social. A lo largo de los años, mis puntos de vista han evolucionado de manera significativa. He encontrado que algunos comportamientos sociales sí difieren entre hombres y mujeres, en especial en situaciones en las que predominan las normas de género. Además, hombres y mujeres difieren de manera sustancial cuando los científicos dan un paso atrás de la especificación de variables psicológicas bien definidas y, en lugar de ello, examinan temas más generales en la psicología de varones y mujeres. En particular, las mujeres tienden a manifestar una mayor comunión que los hombres: es decir, calidez y preocupación por los demás; los hombres tienden a manifestar una mayor acción que las mujeres: es decir, dominio y competitividad.

Las personas no deben suponer que estas diferencias temáticas muestran una imagen desfavorable de las mujeres. Más bien, esta tendencia a estar más atentas a las preocupaciones de los demás se admiran ampliamente y pueden ser un activo en diversas situaciones. De hecho, en términos generales, el estereotipo femenino es más positivo que el estereotipo masculino. No obstante, las cualidades de agradabilidad y afecto que son importantes en las expectativas relacionadas con las mujeres pueden minar su poder y efectividad en situaciones que requieren de un comportamiento asertivo y competitivo.

Alice Eagly
Universidad de Northwestern
Cortesía de Alice Eagly

aunque quizá no desaparezcan (vea "Detalles de la historia: Alice Eagly sobre las semejanzas y diferencias de género").

Pero no todas, informan David Schmitt y sus colaboradores internacionales (2008, 2016). En 55 naciones, las mujeres informan de mayor extraversión, agradabilidad y escrupulosidad. Estas diferencias de género son mayores en (¡sorpresa!) países prósperos, educados y equitativos. En contextos económicos y sociales menos afortunados, sugiere Schmitt, "el desarrollo de los rasgos inherentes de personalidad es más limitado".

Aunque lo biológico predispone a los hombres a tareas de fuerza y a las mujeres al cuidado infantil, Wood e Eagly (2002) concluyeron que "el comportamiento de hombres y mujeres es lo bastante flexible como para que los individuos de uno y otro sexo sean por completo capaces de llevar a cabo papeles organizacionales en todos los niveles de manera eficaz". Para los roles laborales actuales de alto nivel y, a menudo, alta tecnología, la agresividad y el tamaño de los hombres importan poco. Además, las tasas de nacimiento menores significan que las mujeres se encuentran menos limitadas por el embarazo y el amamantamiento. El resultado final, en combinación con las presiones competitivas sobre los empleadores para contratar a los mejores talentos sin importar su género, es una mayor equidad de género.

EN RESUMEN: ¿Qué podemos concluir sobre la genética, la cultura y el género?

- Las explicaciones biológicas y culturales no tienen que ser contradictorias. De hecho, *interactúan*. Los factores biológicos operan dentro de un contexto cultural y la cultura se desarrolla a partir de las bases biológicas. Algunas investigaciones emergentes en el campo de la *epigenética* muestran que los genes se expresan en algunos ambientes, pero no en otros.

POSDATA:
¿Deberíamos considerarnos como productos de nuestra constitución biológica o de nuestra cultura?

Al preguntarnos ¿qué tiene mayor influencia sobre nosotros, lo biológico o lo cultural?, es posible que estemos planteando la interrogante equivocada. Más bien, podemos considerar la forma en que lo biológico y lo cultural trabajan de manera conjunta para crear lo que somos. En especial con la nueva ciencia de la epigenética, la cuestión cada vez más frecuente no es naturaleza contra crianza, como si fuesen dos equipos que están jugando uno contra otro, sino naturaleza y crianza como un solo equipo que trabaja en conjunto para formarnos.

Esto es particularmente cierto respecto de las diferencias entre hombres y mujeres. Las diferencias sexuales podrán iniciarse en las exigencias biológicas de ser hombres o mujeres, pero no terminan allí. La cultura toma las diferencias sexuales biológicas y las moldea en roles y expectativas de género culturalmente universales y culturalmente diferentes. Incluso en una era de mayor equidad de género y de una mayor atención a la movilidad de género, este, al igual que lo biológico y la cultura, continúa influyendo sobre nosotros.

Conformidad y obediencia

CAPÍTULO

6

©VCG/Getty Images

“Cualquier cosa que aplaste la individualidad es despotismo, sin importar el nombre que se le dé”.

—John Stuart Mill, *Sobre la libertad*, 1859

“Las presiones sociales que aplica la comunidad son el pilar de nuestros valores morales”.

—Amitai Etzioni, *The Spirit of Community*, 1993

Al terminar un concierto de música, algunos fervientes seguidores fanáticos cercanos al escenario se ponen de pie y estallan en aplausos. Las personas en las filas posteriores aprueban el gesto, siguen el ejemplo y se unen a la ovación de pie. Ahora la ola de personas de pie llega hasta la gente que, sin incitación alguna, solo aplaudiría con amabilidad desde sus cómodos asientos. Entre ellos está usted, y una parte de sí mismo querría permanecer en su asiento (el concierto apenas fue bueno). Pero a medida que la oleada de personas de pie llega a su lado, ¿será el único que se quede sentado? No es fácil formar parte de una minoría de uno, así que quizá se ponga de pie, por lo menos durante un breve instante.

¿Qué es la conformidad?

¿Cuáles son los estudios clásicos sobre la conformidad y la obediencia?

¿Qué predice la conformidad?

¿Por qué nos conformamos?

¿Quién se conforma?

¿Alguna vez querríamos ser diferentes?

Posdata: Acerca de ser un individuo dentro de una comunidad

Tales escenas de conformidad plantean las preguntas de este capítulo:

- ¿Por qué, dada nuestra diversidad, es tan frecuente que nos comportemos como clones sociales?
- ¿En qué circunstancias tenemos mayor probabilidad de conformarnos?
- ¿Ciertas personas tienen mayor probabilidad que otras de conformarse?
- ¿Quién resiste la presión a la conformidad?
- ¿Conformarse es malo como lo sugiere la imagen de una dócil "manada"? ¿En lugar de ello debería describir su "solidaridad grupal" y su "sensibilidad social"?

¿QUÉ ES LA CONFORMIDAD?

Defina la conformidad y compare el acatamiento, la obediencia y la aceptación.

¿La conformidad es buena o mala? Esa pregunta no tiene respuesta científica. A veces, la conformidad es mala (cuando conduce a alguien a manejar borracho o a participar en un comportamiento racista), a veces es buena (cuando impide que las personas se salten a los demás en una fila) y a veces es intrascendente (cuando requiere que los jugadores de tenis se vistan de blanco).

En las culturas individualistas occidentales, donde se desalienta el sometimiento a la presión de los pares, la palabra "conformidad" tiene connotaciones negativas. ¿Cómo se sentiría si escuchara que alguien lo describe como un verdadero conformista? Sospechamos que se sentiría herido. Como reflejo de sus culturas individualistas, los psicólogos sociales estadounidenses y europeos asignan etiquetas negativas a la influencia social (conformidad, sumisión, acatamiento), en lugar de positivas (sensibilidad comunitaria, receptividad, trabajo cooperativo en equipo). En Japón, seguir a los demás no es señal de debilidad, sino de tolerancia, autocontrol y madurez (Markus y Kitayama, 1994). Lance Morrow (1983) señaló que: "En todas partes en Japón, se percibe la compleja serenidad que adquiere la gente que sabe con exactitud qué esperar de los demás".

La conformidad es el término general que se refiere a actuar de manera diferente debido a la influencia de otros. La conformidad no es solo actuar como los demás; también es verse *afectado* por cómo actúan. Es actuar o pensar de modo diferente de cómo se actuaría y pensaría si se estuviera solo. Por ende, la **conformidad** es un cambio de comportamiento o creencias para avenirse a los demás. Si se levanta para vitorear un gol, bebe café o se peina con determinado estilo porque quiere hacerlo, y no por la influencia de los demás, no se está conformando. Pero si hace estas cosas porque otra gente lo hace, eso es conformidad.

La aceptación y el acatamiento son dos variedades de la conformidad (Nail et al., 2000). La **aceptación** ocurre cuando usted cree en lo que el grupo le ha persuadido que haga; es decir, de manera personal y sincera cree que las acciones del grupo son correctas. Por ejemplo, podría ejercitarse porque acepta que el ejercicio es sano. Se detiene en los semáforos en rojo porque acepta que no hacerlo es peligroso. Se pone la vacuna contra la influenza porque cree que le ayudará a prevenir la enfermedad.

En contraste, el **acatamiento** es conformarse con una expectativa o petición sin creer en realidad en lo que hace. Se pone la corbata o el vestido, aunque le desagrada hacerlo. Dice que le gusta el grupo musical favorito de sus amigos, aunque no es así. Con frecuencia, estos actos de acatamiento tienen el propósito de cosechar una

©Dave Coverly, *The Comic Strips*

conformidad
Un cambio en comportamiento o creencias como resultado de la presión grupal real o imaginaria.

aceptación
Conformidad que implica tanto actuar como creer de acuerdo con la presión social.

acatamiento
Conformidad que implica actuar en público de acuerdo con una petición implícita o explícita, mientras al mismo tiempo se está en desacuerdo en lo personal.

obediencia
Tipo de acatamiento que implica actuar de acuerdo con una orden o instrucción directa.

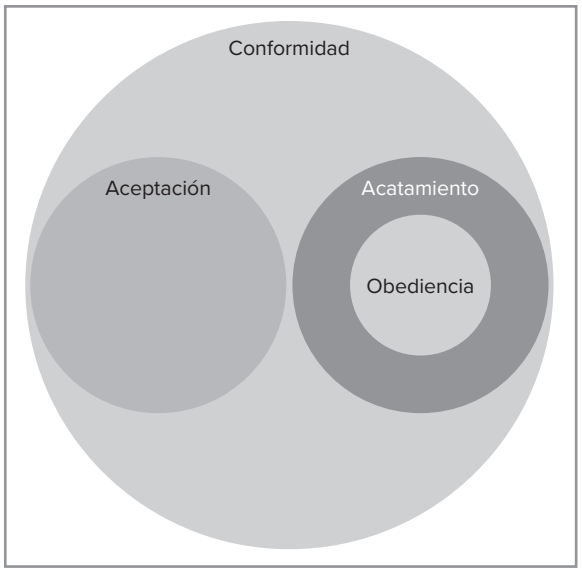


FIGURA 6.1
Tipos de conformidad

recompensa o evitar un castigo; por ejemplo, es posible que haya seguido el código de vestimenta de su preparatoria aunque pensaba que era una tontería, porque era mejor a que lo castigaran. En otras palabras, el acatamiento es una conformidad no sincera y hacia el exterior.

La **obediencia**, o el someterse a una orden directa, es una variación del acatamiento. Si su padre le dice que limpie su cuarto y usted lo hace, aunque no quiera, eso es obediencia (**figura 6.1**). La obediencia implica hacer algo que no haría de otro modo, porque alguien más le dice que necesita hacerlo. Si se pone la vacuna contra la influenza porque su mamá le dijo que lo hiciera, en lugar de hacerlo porque usted cree que le servirá, eso es obediencia.

Incluso sucede que el acatamiento y la aceptación difieren en el cerebro: los recuerdos de corta duración que subyacen al acatamiento público tienen una diferente base neurológica que los recuerdos que subyacen a la aceptación privada a largo plazo (Edelson et al., 2011; Zaki et al., 2011). La actividad cerebral posterior a la obediencia captura su naturaleza involuntaria, conduciendo a la mayor activación cognitiva (Xie et al., 2016).

EN RESUMEN: ¿Qué es la conformidad?

La *conformidad* (cambiar el propio comportamiento o creencias como resultado de la presión grupal) se presenta en dos formas. La *aceptación* es creer, al igual que actuar, de acuerdo con la presión social. El *acatamiento* es seguir la corriente del grupo de manera externa, mientras que se está en desacuerdo al interior; un subconjunto del acatamiento es la *obediencia*, que es el acatamiento de una orden directa.

¿CUÁLES SON LOS ESTUDIOS CLÁSICOS SOBRE LA CONFORMIDAD Y LA OBEDIENCIA?

Describa cómo han estudiado la conformidad los psicólogos sociales dentro del laboratorio. Explique qué revelan sus hallazgos acerca del poder de las fuerzas sociales y la naturaleza del mal.

Los investigadores que estudian la conformidad y la obediencia construyen mundos sociales en miniatura: microestructuras de laboratorio que simplifican y estimulan características importantes de la influencia social cotidiana. Algunos de estos estudios revelaron datos tan asombrosos que se han discutido y replicado mucho, volviéndose experimentos clásicos. Consideraremos tres de ellos, cada uno de los cuales proporciona un método para estudiar la conformidad, además de muchas cosas que reflexionar.

LOS ESTUDIOS DE SHERIF ACERCA DE LA FORMACIÓN DE NORMAS

Muzafer Sherif (1935, 1937) se preguntó si era posible observar el surgimiento de una norma social en el laboratorio. Como los biólogos que buscan aislar un virus de modo que puedan experimentar con él, Sherif quería aislar, y luego experimentar, con la formación de normas, para averiguar por qué la gente llega a estar de acuerdo con algo.

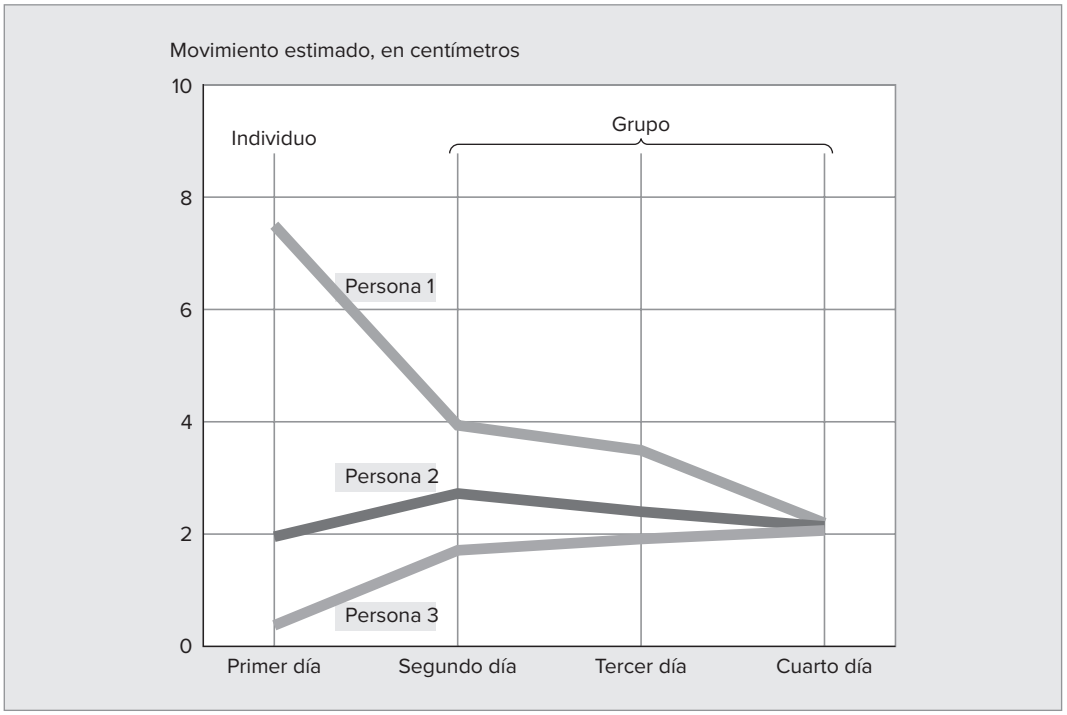


FIGURA 6.2
Un grupo muestra del estudio de Sherif sobre formación de normas
Tres individuos convergen a medida que dan estimaciones repetidas del movimiento aparente de un punto luminoso.
Fuente: datos de Sherif, M., y Sherif, C. W. (1969).

Imagine que es un participante en los experimentos de Sherif. Se encuentra sentado en un cuarto oscuro y a 4.5 metros de distancia de usted, aparece un punto de luz. Al principio no pasa nada y unos cuantos segundos más tarde, el punto se mueve de manera errática hasta que al final desaparece. El experimentador le pide que adivine cuánto se movió. El cuarto oscuro no le da un punto de referencia para juzgar la distancia, así que usted responde sin certeza que fueron 15 centímetros. El experimentador repite el procedimiento y ahora usted dice que se movió 25 centímetros. Con las repeticiones posteriores, sus estimaciones siguen promediando alrededor de 20 centímetros.

Al día siguiente, regresa al cuarto oscuro y se encuentra con otros dos participantes que pasaron por la misma experiencia el día anterior. Cuando la luz se apaga por primera vez, los otros dos ofrecen sus conjeturas del día previo. "Dos punto cinco centímetros", dice uno. "Cinco centímetros", dice el otro. Un poco sorprendido, de todos modos usted dice que fueron 15 centímetros. Con las repeticiones en esta experiencia grupal, tanto en este día como en los siguientes dos días, ¿cambiarán sus respuestas? Los resultados sugieren que sí: los participantes de Sherif, que eran estudiantes varones, cambiaron bastante sus estimaciones. Como ilustra la **figura 6.2**, surgió una norma de grupo como es costumbre (la norma era falsa. ¿Por qué? ¡Porque la luz nunca se movió! Sherif aprovechó una ilusión óptica que se conoce como **efecto autocinético**).

efecto autocinético
Propio (*auto*) movimiento (*cinético*). El movimiento aparente de un punto luminoso estacionario en la oscuridad.

Sherif y otros utilizaron esta técnica para responder preguntas sobre la capacidad de sugestión de la gente. Al someter a prueba a las mismas personas un año después, ¿sus estimaciones divergirían de nuevo o continuarían siguiendo la norma del grupo? De manera notable, los sujetos continuaron apoyando la norma grupal (Rohrer et al., 1954). (¿Eso sugiere aceptación o acatamiento?).

Asombrados por el aparente poder de la cultura para perpetuar las creencias falsas, Robert Jacobs y Donald Campbell (1961) estudiaron la transmisión de creencias falsas en su laboratorio de la Universidad Northwestern. Utilizando el fenómeno autocinético, hicieron que un cómplice del investigador diera cifras infladas sobre qué tanto se había movido la luz. Luego, el cómplice dejó el experimento y lo reemplazó un participante real, al que a su vez reemplazó un miembro todavía más nuevo. La ilusión inflada persistió (aunque a menor grado) durante cinco generaciones de participantes. Estas personas se volvieron "conspiradores involuntarios que perpetuaron un fraude cultural". La lección de estos experimentos fue que nuestras perspectivas de la realidad no son solo nuestras. Si alguna vez usted aceptó una historia aparecida en redes sociales que después resultó ser *fake news*, experimentó esto de primera mano.

En la vida diaria, los resultados de la sugestión son a veces asombrosos. Una persona tose, se ríe o bosteza, y pronto los demás hacen lo mismo (véase "Acercamiento a la investigación: Bostezos contagiosos"). Una persona consulta su celular y luego otras hacen lo mismo.

"¿Por qué el bostezo de un hombre provoca el bostezo de otro?"

—Robert Burton, *Anatomía de la melancolía*, 1621

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Bostezos contagiosos

El bostezo es una conducta que compartimos con la mayoría de los vertebrados. Los primates lo hacen y también los gatos, los cocodrilos, las aves, las tortugas e, incluso, los peces. Pero, ¿por qué? ¿Y cuándo?

Como señala el psicólogo Robert Provine (2005), de la Universidad de Maryland, en el condado de Baltimore, en ocasiones la investigación científica descuida las conductas comunes, incluyendo aquellas que a él le encanta estudiar, como la risa y el bostezo. Provine indica que, para estudiar el bostezo con un método de observación naturalista, se necesita un cronómetro, un cuadernillo y un lápiz. Informa que el bostezo es un "patrón de acción fija" que dura alrededor de seis segundos, con una inhalación larga y una exhalación climática (y placentera) más breve. A veces se presenta en accesos, con apenas un minuto entre bostezos, y es igual de común entre hombres y mujeres. Incluso los pacientes paralizados por completo e incapaces de mover a voluntad su cuerpo pueden bostezar de manera normal, lo cual indica que es una conducta automática.

¿Cuándo bostezamos?

Bostezamos cuando estamos aburridos o tensos. Cuando Provine les pidió a los participantes que vieran durante 30 segundos un patrón de prueba en un televisor, bostezaron con una frecuencia 70% mayor que un grupo control que vio videos musicales menos aburridos. Pero la tensión también puede provocar bostezos, lo cual se observa por lo común entre paracaidistas antes de su primer salto, en atletas olímpicos antes de su evento y en violinistas que esperan a subir al escenario. Una amiga mía [DM] dice que con frecuencia se ha sentido avergonzada cuando aprende algo nuevo en su trabajo porque su ansiedad de hacer las cosas bien siempre le provoca un ataque de bostezos.

Bostezamos cuando tenemos sueño. Eso no es sorpresa, excepto quizás por el hecho de que las personas que llevaron un diario de bostezos a petición de Provine registraron incluso más bostezos en la hora después de despertar que en la hora antes de dormir. A menudo, despertamos y nos estiramos mientras lanzamos un bostezo. Lo mismo ocurre con nuestros perros y gatos cuando se levantan de una siesta.

Bostezamos cuando otros lo hacen. Para probar si el bostezo, como la risa, es contagioso, Provine expuso a las personas a un video de cinco minutos en el que un hombre bostezaba varias veces. Como es de suponerse, 55% de los espectadores bostezaron, en contraste con solo 21% de quienes vieron un video de sonrisas. Un rostro que bosteza actúa como un estímulo que activa el patrón de acción fija del bostezo, aunque este se presente en blanco y negro, de cabeza o como una imagen fija de un medio bostezo. El descubrimiento de las neuronas espejo en el cerebro (neuronas que ensayan o imitan las acciones que una persona atestigua) sugiere un mecanismo biológico que explica por qué nuestros bostezos imitan con tanta frecuencia los de otras personas, y por qué incluso los perros bostezan con frecuencia luego de observar que un humano lo hace (Joly-Mascheroni et al., 2008; Silva et al., 2012).

Para ver qué partes de un rostro que bosteza tienen más influencia, Provine le pidió a los espectadores que vieran todo el rostro, un rostro con la boca oculta, una boca con el rostro cubierto o (como condición control) el rostro de una persona que sonríe y no bosteza. Como se muestra en la **figura 6.3**, los rostros que bostezan activaron los bostezos incluso con la boca cubierta. Por ende, cubrirse la boca cuando bostece quizá no suprimirá el contagio.

Provine informa que solo pensar en el bostezo casi siempre lo induce: un fenómeno que quizá haya notado mientras leía este apartado. Al leer la investigación de Provine sobre los bostezos contagiosos, yo [DM] bostecé cuatro veces (y me sentí un poco tonto).

FIGURA 6.3
¿Qué rasgos faciales activan los bostezos contagiosos?
Robert Provine (2005) invitó a cuatro grupos de 30 personas a que, cada uno por su parte, observara un video de cinco minutos de un adulto sonriendo o un adulto bostezando, en los que se cubría parte del rostro para dos de los grupos. La boca bostezante indujo algunos bostezos, pero los ojos y el movimiento de la cabeza indujeron incluso más.

©From Provine, Robert. "Yawning". *American Scientist*, volumen 93, fig. 6, página 536. Imagen cortesía del Dr. Robert T. Provine, Departamento de Psicología, Universidad de Maryland, Baltimore County.

"No sé por qué. Simplemente me dieron ganas de llamarte".

©Mick Stevens. All rights reserved. Used with permission.

Las grabaciones de risas en los programas de comedia aprovechan nuestra capacidad de sugestión. Este tipo de grabaciones funcionan mejor cuando suponemos que el público que ríe está formado por personas similares a nosotros —"grabado aquí mismo, en la Universidad La Trobe" en un estudio de Michael Platow y colaboradores (2004)— en lugar de un grupo de personas diferentes. Tan solo estar cerca de personas felices puede ayudarnos a sentirnos más felices, que es un fenómeno que Peter Totterdell y sus colaboradores (1998) llaman "enlace de ánimo". En sus estudios sobre enfermeras y contadores británicos, las personas dentro de los mismos grupos laborales tendían a compartir estados de ánimos positivos y negativos. Las personas dentro de una red social también comparten a la larga características similares, como obesidad, pérdida de sueño, soledad, felicidad y uso de drogas (Christakis y Fowler, 2009; Kim et al., 2015). Un experimento éticamente polémico manipuló las cuentas de Facebook de 700 000 personas y descubrió que cuando las noticias incluían menos emoción positiva, los usuarios producían menos publicaciones positivas y más publicaciones negativas, aunque los efectos fueron muy pequeños (Kramer et al., 2014). Sin embargo, los amigos funcionan como un sistema social.

Otra forma de contagio social es lo que Tanya Chartrand y John Bargh (1999) llaman "el efecto camaleón", o el mimetismo con el comportamiento de otra persona. Imagínese que está en un experimento, trabajando al lado de una cómplice que en ocasiones se frota la cara o sacude un pie. Al igual que los participantes de ese experimento, ¿usted tendría mayor probabilidad de frotarse la cara o de sacudir el pie cuando está junto a esa mujer? En tal caso, es muy probable que sería una conducta automática, hecha sin intención consciente de conformarse; en apariencia, este mimetismo se desarrolla en la temprana infancia (Cracco et al., 2018; Van Schaik y Hunnius, 2016). Las imágenes cerebrales confirman la naturaleza automática del mimetismo. Cuando las mujeres veían avatares con expresiones faciales felices, tristes o enojadas, de manera inconsciente adoptaban las mismas expresiones y se activaban las regiones cerebrales responsables de estas expresiones emocionales (Likowski et al., 2012). La sincronización del comportamiento incluye el habla, ya que las personas tienden a reflejar la gramática que leen y escuchan (Ireland y Pennebaker, 2010). Y debido a que nuestro comportamiento influye en nuestras actitudes y emociones, nuestro mimetismo natural nos inclina a sentir lo que el otro siente (Neumann y Strack, 2000).

"Cuando las personas están en libertad de hacer lo que les plazca, en general se imitan una a la otra"

—Eric Hoffer, *The Passionate State of Mind*, 1955

Un experimento que Rick van Baaren y sus colaboradores (2004) hicieron en los Países Bajos sugiere que el mimetismo ayuda a la gente a parecer más servicial y agradable. Las personas ayudaron con mayor probabilidad a alguien cuyo comportamiento se había mimetizado con el suyo. Los estudiantes cuya conducta se imitó tuvieron después más probabilidad de donar dinero a una obra benéfica. En un experimento de seguimiento, un entrevistador invitó a los estudiantes a probar una nueva bebida deportiva mientras que, a veces, imitaba sus posturas y movimientos, con apenas la suficiente demora como para no volverlo notable (Tanner et al., 2008). Para el final del experimento, los estudiantes a los que el experimentador imitó tuvieron más probabilidad de consumir la nueva bebida y decir que la comprarían. Pero existe una excepción a la regla de que la imitación fomenta el aprecio: el mimetismo con el enojo de otra persona fomenta el desagrado (Van der Velde et al., 2010).

histeria colectiva
Sugestión a los problemas que se propagan en un gran grupo de personas.

El efecto camaleón. Nuestro mimetismo con las posturas y lenguaje de los demás, en general, provoca agrado, excepto cuando imitamos las expresiones negativas ajenas, como el enojo.

Pentland, Alex (Sandy), "To Signal is Human," *American Scientist*, mayo-junio 2010, 207. Copyright © American Scientist. Derechos reservados. Utilizado con autorización.

El mimetismo, que también se conoce como sugestión, también puede ocurrir a gran escala, lo cual se conoce como **histeria colectiva**. En agosto de 2009, un Lexus con cuatro pasajeros aceleró de pronto hasta rebasar los 160 kilómetros por hora en una vía rápida en el condado de San Diego. El conductor llamó al 911, pero no pudo detener la aceleración del automóvil, que chocó y estalló en llamas, matando a los cuatro pasajeros. El accidente recibió una cobertura noticiosa generalizada y, de pronto, muchas personas empezaron a informar que sus vehículos aceleraban sin control. Sin

embargo, una investigación posterior determinó que el auto que había chocado, y que un taller automotriz había prestado, tenía el tapete de un vehículo de mayor tamaño, el cual se atoró sobre el pedal del acelerador. No había ningún problema con los autos Lexus ni con los tapetes originales, y tampoco se trataba de demonios que provocaran que los coches aceleraran, como especularon algunos. No eran coches fugitivos, sino solo una cobertura noticiosa que se dejó llevar y que condujo a que la "aceleración involuntaria" se convirtiera en una explicación conveniente para cualquier percance de tránsito. Todo fue histeria colectiva (Fumento, 2014).

Otro caso perturbador empezó como un misterio. Un día de 2011, la estudiante de preparatoria, Katie Krautwurst, despertó de una siesta sacudiéndose en forma incontrolable, agitando los brazos y azotando la cabeza y siguió crispándose transcurridos pocos segundos. Unas semanas después, su mejor amiga empezó a sacudirse también y luego empezó a suceder lo mismo con un número cada vez mayor de chicas, hasta 18 mujeres jóvenes de la escuela sufrieron ese problema. Los padres se preocuparon de que algún contaminante en la escuela estuviera provocando el trastorno y dos de las jóvenes, junto con sus madres, le dijeron al noticiero *Today Show* que estaban buscando con desesperación una cura. Al día siguiente, un neurólogo que había tratado a varias de las chicas ofreció su diagnóstico: era un trastorno conversivo, o una forma de histeria colectiva que ocurre cuando el estrés psicológico se expresa de manera inconsciente a través de síntomas físicos (Dominus, 2012), que entonces se propagó como contagio social. El caso encaja en el perfil común de la histeria colectiva, que es más común entre mujeres jóvenes.

El suicidio y la violencia con armas de fuego también pueden ser socialmente contagiosos. Cuando Marilyn Monroe se suicidó en agosto de 1962, 303 personas más del promedio se suicidaron en ese mes (Stack, 2000). Luego de que Robin Williams se suicidó en 2014, aumentaron las llamadas a la National Suicide Prevention Lifeline (línea nacional de prevención de suicidios) (Carroll, 2014). Un estudio encontró que los suicidios por imitación tenían una probabilidad 14 veces mayor cuando la víctima era una celebridad y eran 87% más comunes cuando la cobertura se presentaba por televisión en lugar de comunicarse en los diarios (Stack, 2003). Después de que se estrenó la popular serie de Netflix *Por trece razones*, que presenta el suicidio de una adolescente, a finales de marzo de 2017, las búsquedas en Google de "cómo suicidarse" aumentaron en 26% (Ayers et al., 2017).

En un estudio sobre tiroteos masivos entre 1997 y 2013, Sherry Towers y sus colaboradores (2015) encontraron que tales incidentes eran contagiosos: los tiroteos que causaban cuando menos cuatro muertes condujeron a un periodo de dos semanas en las que aumentó la violencia con armas de fuego. En vista de tales contagios, algunos psicólogos han solicitado que los medios noticiosos dejen de identificar a los perpetradores de estos actos. La petición se basa en la idea de que si los tiradores no reciben atención mediática, menos personas se sentirán tentadas a repetir sus actos violentos (Perrin, 2016).

ESTUDIOS DE ASCH SOBRE LA PRESIÓN GRUPAL

Los participantes en los experimentos autocinéticos del cuarto oscuro de Sherif, como aquellos que interpretan sus propios síntomas misteriosos, enfrentaban una realidad ambigua. Consideremos el problema perceptual menos ambiguo que enfrentó un joven chico judío llamado Solomon Asch (1907-1996). Mientras asistía al tradicional séder de la Pascua judía, Asch recordaba:

> Le pregunté a mi tío, que estaba sentado a mi lado, por qué se dejaba abierta la puerta y él me contestó:
>
> —El profeta Elías visita esta noche todos los hogares judíos y toma un sorbo de vino de la copa que se reserva para él.
>
> Estaba sorprendido con esta noticia y le repetí:
>
> —¿Realmente viene? ¿De verdad toma un sorbo?
>
> —Si te fijas con cuidado y observas la copa, cuando se abra la puerta verás que el vino baja un poquito —respondió mi tío.
>
> Y eso fue lo que sucedió. Tenía la mirada fija en la copa de vino. Estaba decidido a ver si había un cambio y me pareció que estaba pasando algo en el borde de la copa y que el vino bajaba un poquito (Aron y Aron, 1989, p. 27).

Años después, el psicólogo social Asch recreó esta experiencia de su infancia en el laboratorio. Imagine que usted es uno de los sujetos voluntarios de Asch. Está sentado en el sexto lugar en una fila de siete personas. El experimentador le explica que ese es un estudio sobre juicios perceptuales y luego le pide que vea cuál de las tres líneas de la **figura 6.4** es igual a la línea estándar.

Con toda facilidad puede ver que es la línea 2, así que no le sorprende que las cinco personas que responden antes que usted digan que es la línea 2.

La siguiente comparación resulta igual de fácil y usted se dispone a proseguir con una prueba que parece sencilla. Pero el tercer ensayo le sorprende. Aunque la respuesta correcta le parece igual de obvia, la primera persona da una respuesta incorrecta: "línea 1". Cuando la segunda persona también responde de esa manera, usted se endereza en la silla y mira con atención las tarjetas. La tercera persona concuerda con las primeras dos. Usted se queda con la boca abierta y empieza a sudar. "¿Qué pasa aquí? —se pregunta—. ¿Qué están ciegos? ¿O lo estoy yo?". La cuarta y quinta personas también coinciden. Entonces el experimentador voltea a verlo y ahora usted está experimentando un dilema epistemológico: "¿Qué es verdad? ¿Es lo que mis compañeros me dicen o lo que mis ojos me dicen?".

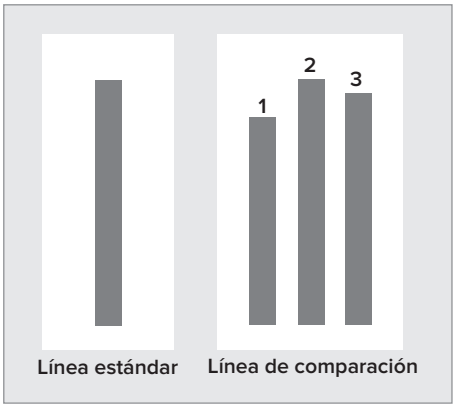


FIGURA 6.4
Comparación muestra del procedimiento de conformidad de Solomon Asch
Los participantes juzgaban cuál de las tres líneas de comparación era igual a la línea estándar.

Docenas de estudiantes universitarios experimentaron ese conflicto en los experimentos de Asch. Aquellos del grupo control que respondieron estando solos estuvieron en lo correcto más de 99% de las ocasiones. Entonces Asch se preguntó: si los cómplices instruidos por el experimentador daban respuestas incorrectas idénticas, ¿la gente diría lo que de otro modo hubiera negado? Aunque algunas personas nunca se conformaron dando la respuesta incorrecta, 75% sí lo hizo por lo menos una vez. En total, 37% de las respuestas fueron conformistas (o, desde otra perspectiva, *confiadas en las demás*).

Por supuesto que eso significa que 63% de las veces la gente *no* se conforma (Griggs, 2015). Los experimentos muestran que la mayoría de las personas "dicen la verdad aunque otros no lo hagan", señalaron Bert Hodges y Anne Geyer (2006). A pesar de la independencia que mostraron la mayoría de sus participantes, los sentimientos de Asch (1955) acerca de la conformidad eran tan claros como las respuestas correctas a sus preguntas: "Esos jóvenes razonablemente inteligentes y bien intencionados que están dispuestos a decir que negro es blanco son materia de preocupación. Hacen surgir dudas sobre nuestros modos de educación y sobre los valores que guían nuestra conducta".

Los experimentos de Asch se llevaron a cabo en el decenio de 1950, que a menudo se considera una época de elevado conformismo en la cultura de Estados Unidos. En efecto, en las épocas más individualistas de las décadas de 1970 y 1980, menos estudiantes estaban dispuestos a conformarse con el juicio grupal en experimentos parecidos a los de Asch. Además, las personas de países colectivistas estaban más dispuestas a conformarse que aquellos de países individualistas, quienes viven en estados fronterizos donde los asentamientos son recientes se conforman menos que aquellos de los estados no fronterizos, y las mujeres se conforman más que los hombres (Bond y Smith, 1996; Varnum, 2012). Estos son justo los resultados que se esperarían si la cultura y el género moldearan la conformidad, donde las culturas recientes e individualistas, al igual que el género masculino, promueven la autonomía del yo, en tanto que las culturas establecidas y colectivistas, y el género femenino, alientan encajar con el grupo. Sin embargo, incluso los modernos ciudadanos conocedores de internet no están inmunes a la conformidad. Michael Rosander y Oskar Eriksson (2012) trabajaron con usuarios de internet a los que les mostraron preguntas como: "¿En qué ciudad se encuentra Hollywood?", junto con una gráfica que indicaba que la mayoría de los usuarios pensaban que se trataba de San Francisco (está en Los Ángeles). Cincuenta y tres por ciento se conformaron con la respuesta mayoritaria incorrecta en por lo menos una pregunta: menos que el 75% que se conformaron cuando menos una vez en los experimentos de Asch sobre la longitud de las líneas en 1950, pero de todos modos siguen siendo mayoría.

"Aquel que ve la verdad ha de proclamarla, sin preguntar quién está a favor o quién está en contra".

—Henry George, *The Irish Land Question*, 1881

El experimento de Asch y otros parecidos carecían del realismo mundano de la conformidad cotidiana, pero sí tenían realismo experimental. La gente se involucró emocionalmente en la experiencia. Los resultados de Sherif y Asch son asombrosos porque no implicaron una presión obvia a la conformidad, ya que no había recompensas para el "trabajo de equipo" ni castigos para la individualidad, solo la exaltación creciente por saber que uno se destaca (Hatcher et al., 2017). Otros experimentos han explorado la conformidad en situaciones cotidianas, como los siguientes:

- *Uso de hilo dental*. Sarah Schmiege y sus colaboradores (2010) le dijeron a los estudiantes que "Nuestros estudios muestran que [sus compañeros] estudiantes de la Universidad de Colorado que tienen su misma edad usan hilo dental alrededor de [X] veces por semana", donde X era la tasa de uso de hilo dental del participante, como la informaban en un interrogatorio previo, o cinco veces mayor que esa cifra. Aquellos a quienes se dieron cifras infladas usaron hilo dental con más frecuencia en los siguientes tres meses.

Nota sobre la ética: la ética profesional dicta en general que al final se explique el experimento a los participantes. Imagine que fuera un experimentador que acaba de terminar una sesión con un participante conformista. ¿Cómo explicaría el engaño sin hacer que la persona se sienta crédula y tonta?

Los equipos contrarios reciben más tarjetas rojas, al parecer debido a que el ruido de la multitud del equipo de casa que expresa sus opiniones influye en los árbitros.
©Image Source/Getty Images

- *Detección del cáncer*. Monika Sieverding y sus colaboradores (2010) abordaron a hombres alemanes de mediana edad en la calle y los invitaron a inscribirse para recibir información sobre detección del cáncer. Si se les hacía creer que pocos (¡solo 18%!) hombres en Alemania se habían sometido a la detección, se inscribía una cifra similar de 18%. Pero se inscribieron 39% de ellos después de que se les dijo que la mayoría de los demás hombres (¡en efecto, 65%!) se habían sometido a detección. Los investigadores concluyeron que lo mejor es que las campañas de educación para la salud no publiciten bajas tasas de participación.
- *Decisiones de árbitros del fútbol*. En muchos deportes, desde patinaje artístico hasta fútbol, los árbitros toman decisiones instantáneas en medio del ruido de la multitud, que a menudo estalla en gritos cuando el equipo contrario (pero no el propio) comete una falta. Christian Unkelbach y Daniel Memmert (2010) examinaron 1 530 partidos de fútbol a lo largo de cinco temporadas en la liga premier de Alemania. En promedio, los equipos de casa recibieron 1.89 tarjetas rojas, mientras que los equipos contrarios recibieron 2.35. Es más, la diferencia fue mayor en los estadios de fútbol donde los aficionados gritaban más. Y en los experimentos de laboratorio, los árbitros profesionales que juzgaron escenas filmadas de faltas concedieron mayor cantidad de tarjetas cuando la escena se acompañaba de ruido a alto volumen.
- *Alimentación*. En 38 estudios, las personas comieron más mientras estaban sentadas con otra persona que comía más, y comían menos cuando su acompañante también lo hacía (Vartanian et al., 2015). Si se mete montones de comida a la boca, las otras personas que están en la mesa podrían seguir su ejemplo; si come menos, es más probable que los demás piqueteen la comida.

Si la gente se conforma en respuesta a tal presión mínima, ¿qué tanto se conformará si se le fuerza de manera directa? ¿Es posible convencer con palabras al norteamericano o al europeo promedio de cometer actos de crueldad? Supondríamos que no: sus valores humanitarios, democráticos e individualistas les harían resistirse a presiones de este tipo. Además, los pronunciamientos verbales simples de esos experimentos están muy lejos de causar un daño real a alguien; nunca cederíamos a la coacción de dañar a otro. ¿O sí? Eso es lo que se preguntó el psicólogo social, Stanley Milgram.

ESTUDIOS DE OBEDIENCIA DE MILGRAM

Los estudios de Milgram (1965, 1974), "los experimentos más famosos o infames en los anales de la psicología científica" (Benjamin y Simpson, 2009), pusieron a prueba lo que sucede cuando las demandas de la autoridad chocan con las demandas de la conciencia. Como señaló Lee Ross (1988): "Quizá más que cualesquiera otras contribuciones empíricas en la historia de las ciencias sociales, [los experimentos de Milgram sobre la obediencia] se volvieron parte del legado intelectual compartido de nuestra sociedad: ese pequeño conjunto de incidentes históricos, parábolas bíblicas y literatura clásica en la que los pensadores serios se sienten en libertad de basarse cuando debaten sobre la naturaleza humana o contemplan la historia de la humanidad".

Vayamos detrás de escena y examinemos a profundidad los estudios. Este es el escenario que planteó Milgram, un artista creativo que escribió historias y escenificó puestas en escena, y que utilizó una prueba piloto de ensayo y error para afinar este drama para alcanzar el máximo impacto (Russell, 2011): dos hombres llegan al laboratorio de psicología en la Universidad Yale para participar en un estudio sobre aprendizaje y memoria. Un adusto experimentador con bata de laboratorio les explica que este es un estudio pionero sobre el efecto del castigo sobre el aprendizaje. El experimentador les demanda enseñarse el uno al otro una lista de pares de palabras y castigar los errores con choques eléctricos de intensidad creciente. Para asignar los papeles, sacan trozos de papel de un sombrero. Uno de los hombres (un risueño contador de 47 años que en realidad es cómplice del experimentador) dice que su papel dice "aprendiz" y se le conduce a una habitación adyacente. El otro hombre (un voluntario que acudió en respuesta a un anuncio en el periódico) recibe el papel de "maestro". Recibe un leve choque de muestra y luego observa que el experimentador ata con correas al aprendiz a una silla y le coloca un electrodo en la muñeca.

El maestro y el experimentador regresan entonces al salón principal, donde el maestro toma su lugar ante un "generador de choques" con interruptores que van de 15 a 450 voltios en incrementos de 15 voltios. Los interruptores tienen letreros que indican "Choque ligero", "Choque muy fuerte", "Peligro: choque grave", y así de manera sucesiva. Debajo de los interruptores de 435 y 450 voltios aparece "XXX". El experimentador le informa al maestro que "avance al siguiente nivel en el generador de choques" cada vez que el aprendiz dé una respuesta incorrecta. Con cada encendido de un interruptor, se encienden luces, suenan los mecanismos del interruptor y se escucha un zumbido eléctrico.

Si el participante acata la petición del experimentador, escucha que el aprendiz lanza un quejido cuando aplica 75, 90 y 105 voltios. A los 120 voltios, el aprendiz grita que los choques son dolorosos. Y a los 150 voltios, grita: "¡Experimentador, sáqueme de aquí! ¡Ya no quiero estar en este experimento! ¡Me niego a continuar!". Para los 270 voltios, sus protestas se vuelven gritos de agonía y continúan sus ruegos de que lo dejen salir. A los 300 y 315 voltios, grita que se negará a responder. Después de los 330 voltios, se queda en silencio. En respuesta a las preguntas y peticiones del maestro en cuanto a detener el experimento, el experimentador declara que la ausencia de respuestas debe considerarse como una respuesta incorrecta. Para lograr que el participante continúe, utiliza cuatro indicaciones:

Indicación 1: Por favor, continúe (o por favor, prosiga).
Indicación 2: El experimento requiere que usted continúe.
Indicación 3: Es absolutamente esencial que continúe.
Indicación 4: No tiene otra opción; debe proseguir.

¿Qué tan lejos llegaría usted? Milgram describió el estudio a 110 psiquiatras, estudiantes universitarios y adultos de clase media. Las personas de los tres grupos supusieron que desobedecerían aproximadamente al llegar a los 135 voltios; ninguno esperaba superar los 300 voltios. Al reconocer que es posible que los estimados propios reflejen un sesgo en beneficio propio, Milgram les preguntó qué tan lejos creían que llegarían *otras* personas. Virtualmente nadie esperaba que cualquier persona fuera más allá de XXX en el panel de choques. (Los psiquiatras supusieron que solo 1 de cada 1 000 lo haría).

Pero cuando Milgram llevó a cabo el estudio con 40 hombres de 20 a 50 años que tenían diversos trabajos, 26 de ellos (65%) llegaron hasta los 450 voltios. En otras palabras, obedecieron las órdenes de lastimar a otra persona, igual que lo hicieron los soldados nazis (véase "Detalles de la historia: Stanley Milgram habla sobre la obediencia"). Aquellos que se detuvieron, en general lo hicieron en el punto de los 150 voltios, cuando las protestas del aprendiz se volvieron más apremiantes (Packer, 2008).

Burger y sus colaboradores (2011) analizaron después los comentarios espontáneos de sus participantes. No se podía predecir si las personas se detendrían u obedecerían a partir de sus expresiones de preocupación por el bienestar del aprendiz, que fue algo que la mayoría hicieron, sino por su expresión de sentimientos de responsabilidad acerca de sus propios actos.

Al preguntarse si las personas en la actualidad obedecerían de forma similar, Jerry Burger (2009) reprodujo el estudio de Milgram, aunque solo hasta los 150 voltios. Burger encontró que, en ese punto, 70% de los 2 000 participantes seguían obedeciendo, menos que el resultado de Milgram de 84% (en el estudio de Milgram, la mayoría de los que obedecieron hasta ese punto siguieron hasta el final). Sin embargo, casi el doble de hombres en 2006 (33%) desobedecieron, en comparación con los que lo hicieron en 1962 (18%). El cambio cultural hacia un mayor individualismo podría haber reducido la obediencia, pero está lejos de haberla eliminado. Incluso 54 años después, el paradigma de obediencia de Milgram seguía siendo contundente, aunque un poco menos (Twenge, 2009). Una replicación reciente en Polonia (que es una cultura más colectivista que Estados Unidos) encontró que 90% de los participantes obedecieron hasta llegar a los 150 voltios (Dolinski et al., 2018).

Después de esperar una baja tasa de obediencia, Milgram se sintió perturbado (A. Milgram, 2000). Decidió hacer que las protestas del aprendiz fueran incluso más apremiantes. En el momento en que se ataba al aprendiz a la silla, el maestro escuchó que mencionaba su "ligero problema cardiaco" y también escuchó que el experimentador lo tranquilizaba: "aunque los choques pueden ser dolorosos, no provocan daño permanente a los tejidos". Los reclamos de angustia del aprendiz fueron inútiles: de 40 hombres en este nuevo estudio, 25 (63%) acataron por completo las demandas del experimentador (**figura 6.5**). Diez estudios posteriores que incluyeron a mujeres encontraron que sus tasas de acatamiento eran similares a las de los varones (Blass, 1999).

Es importante señalar que los participantes de Milgram no obedecieron de manera automática al experimentador: casi todos se detuvieron y expresaron preocupación por el aprendiz, en cuyo momento el experimentador les incitó a continuar ("No tiene otra opción; debe proseguir"). Muchos discutieron con el experimentador a lo largo de diversas rondas. Por ende, algunos

Detalles DE LA HISTORIA

Stanley Milgram habla sobre la obediencia

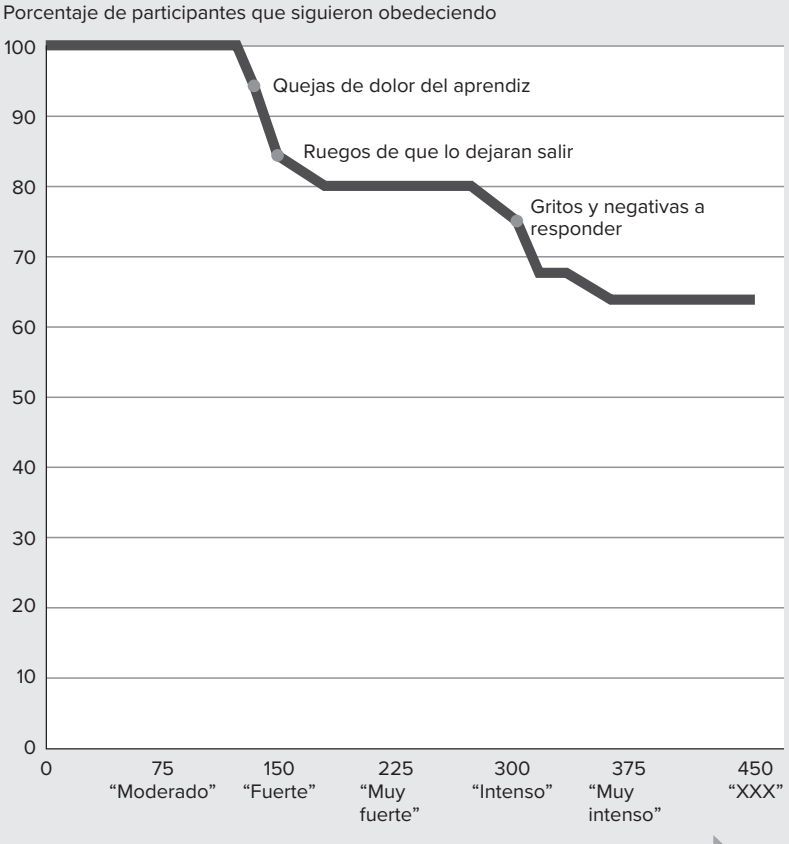
Mientras trabajaba para Solomon E. Asch, me pregunté si los experimentos sobre la conformidad se podían volver más humanamente significativos. Primero imaginé un experimento similar al de Asch, excepto que el grupo indujera a la persona a aplicar choques eléctricos a una víctima que protestara. Pero se necesitaba un control para ver la magnitud de choque que aplicaría una persona en ausencia de presión grupal. Alguien, presumiblemente el experimentador, tendría que instruir al sujeto a aplicar los choques. Pero ahora surgía una nueva pregunta: ¿qué tan lejos llegaría una persona cuando se le ordenara aplicar tales choques? En mi mente, el asunto ahora se trataba sobre la disposición de la gente a acatar las órdenes destructivas. Ese fue un momento emocionante para mí. Me di cuenta de que esta pregunta simple era tanto importante humanamente como capaz de responderse con precisión.

El procedimiento de laboratorio dio expresión a la preocupación más general sobre la autoridad, una pregunta que los miembros de mi generación nos vimos forzados a encarar, en particular entre los judíos como yo, por las atrocidades de la Segunda Guerra Mundial. El impacto del Holocausto en mi psique motivó mi interés en la obediencia y moldeó la forma particular en la que se examinó.

Resumido del original para este libro y tomado de Milgram, 1977, con autorización de Alexandra Milgram.

Stanley Milgram (1933-1984)
Cortesía de Alexandra Milgram

FIGURA 6.5
Estudio de obediencia de Milgram
El porcentaje de participantes que acataron las ordenes a pesar de los gritos de protesta y ausencia de respuesta del aprendiz.
Fuente: Tomado de Milgram, S. (1965).

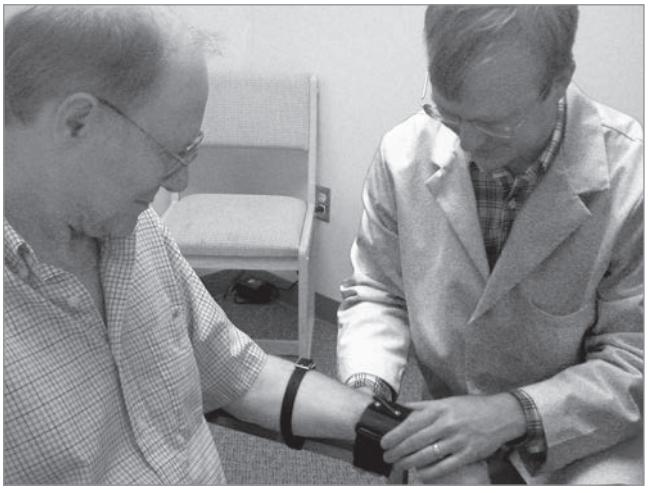


sostienen que el estudio de Milgram muestra un mayor espectro que la mera obediencia (obedecer una orden directa): desafía la sensación de control de los participantes. De hecho, muchos de los participantes se detuvieron después de argumentar que *sí* tenían opción sobre continuar (Gibson, 2013).

Además, señala Burger (2014), los resultados de Milgram no fueron tan sorprendentes como su impresión inicial. Este autor discute que cuatro aspectos del estudio de Milgram reflejan efectos psicológicos bien documentados:

- el sesgo de "pendiente resbaladiza' donde las pequeñas peticiones escalan a peticiones mayores,
- enmarcar la aplicación del choque como la norma social para la situación,
- la oportunidad de negar responsabilidad, y
- el tiempo limitado para reflexionar en la decisión.

Todas ellas, tanto en los estudios de Milgram como en otras investigaciones, aumentan el acatamiento y la obediencia.



Repeticiones recientes del estudio de obediencia de Milgram muestran niveles de obediencia un poco menores que en la década de 1960, pero dos terceras partes de los varones siguen aplicando niveles altos de choque. ©Jerry Burger

ÉTICA DE LOS ESTUDIOS DE MILGRAM

La obediencia de sus sujetos perturbó a Milgram, y los procedimientos que utilizó perturbaron a muchos psicólogos sociales (Miller, 1986). El "aprendiz" en estos estudios no recibía en realidad ningún choque (se desataba de la silla eléctrica y encendía una grabadora que reproducía sus protestas). No obstante, algunos críticos dicen que Milgram le hizo a sus participantes lo que ellos suponían que le estaban haciendo a sus víctimas: los estresó en contra de su voluntad. De hecho, como los ejecutores nazis en los primeros tiempos del Holocausto (Brooks, 2011), muchos de los "maestros" experimentaron un sufrimiento intenso. Sudaban, temblaban, tartamudeaban, se mordían los labios, gemían e, incluso, estallaron en risas nerviosas incontrolables. Una reseña del *New York Times* se quejaba de la crueldad infligida por los estudios "sobre sus sujetos involuntarios apenas está por debajo de la crueldad que provocaron ellos" (Markus, 1974). Otros argumentan que los estudios de Milgram no fueron éticos porque se engañó a los participantes acerca de su propósito y, por ende, no pudieron dar un verdadero consentimiento informado (Baumrind, 1964, 2015).

En una recreación de realidad virtual de los estudios de Milgram, los participantes respondieron, cuando aplicaban choques a una mujer virtual en pantalla, de manera muy parecida a los participantes de Milgram, con transpiración y aumento de la frecuencia cardiaca (Slater et al., 2006).

Los críticos también afirman que es posible que se hayan alterado los autoconceptos de los participantes. La esposa de uno de los sujetos de Milgram le dijo: "Puede considerase igual a Eichmann" (en referencia al administrador de campos de concentración nazi, Adolf Eichmann). Después de escarbar en los archivos de Milgram, algunos académicos informan que su interrogatorio posterior a los experimentos fue menos amplio y que la angustia de sus participantes fue mayor de lo que él sugirió (Nicholson, 2011; Perry, 2013). Luego de analizar las entrevistas con los participantes, otros informan que algunos de ellos justificaron su obediencia dudando de que cualquiera hubiera sufrido un daño real (Hollander y Turowetz, 2017).

En su propia defensa, Milgram señaló las importantes lecciones derivadas de su casi dos docenas de estudios con más de 1 000 participantes. También les recordó a sus críticos el apoyo que recibió de los participantes después de revelarles el engaño y explicarles el estudio. Cuando se les encuestó más adelante, 84% de los sujetos dijo que les alegraba haber participado y solo 1% lamentaron prestarse como voluntarios. Un año después, un psiquiatra entrevistó a 40 de las personas que habían sufrido más y concluyó que, a pesar del estrés temporal, ninguno sufrió daño.

Milgram creía que la controversia ética se exageró terriblemente:

> Existen menos consecuencias para los sujetos en este experimento desde el punto de vista del efecto sobre la autoestima que en los estudiantes universitarios a los que se somete a exámenes normales en los cursos y que no reciben las calificaciones que querrían... Parece ser que [al aplicar exámenes] estamos muy preparados para aceptar el estrés, la tensión y las consecuencias para la autoestima. Pero respecto al proceso de generar nuevo conocimiento, qué poca tolerancia mostramos (citado por Blass, 1996).

Un participante obediente en la condición de "contacto" de Milgram coloca por la fuerza la mano de la víctima sobre una placa de choques. Sin embargo, en general los "maestros" fueron más misericordiosos con las víctimas que estaban así de cerca de ellos.

©Stanley Milgram, 1965, tomado de la película *Obedience*, distribuida por Alexandra Street Press.

¿QUÉ ENGENDRA LA OBEDIENCIA?

Milgram logró algo más que revelar que las personas obedecen a la autoridad; también examinó las condiciones que engendran la obediencia. Cuando varió las condiciones sociales, el acatamiento abarcó de 0 a 93% de obediencia plena. Cuatro factores determinaron la obediencia: la distancia emocional respecto a la víctima, la cercanía y legitimidad de la autoridad, el hecho de que la autoridad formara parte de una institución respetada, y los efectos liberadores de un compañero participante desobediente.

Distancia respecto a la víctima

Los participantes de Milgram actuaron con mayor obediencia y menos compasión cuando no se podía ver a los "aprendices" (y estos no podían ver a los "maestros"). Cuando la víctima era remota y los "maestros" no escuchaban ninguna queja, casi todos obedecieron con tranquilidad hasta el final. Pero cuando el aprendiz estaba en la misma habitación, "solo" 40% obedecieron hasta llegar a los 450 voltios. La obediencia completa descendió a un todavía asombroso 30% cuando los maestros tenían que forzar la mano del aprendiz para que estuviera en contacto con una placa de choques. En una recreación del estudio de Milgram, con actores videograbados que estaban ocultos o que aparecían en una pantalla de computadora demostrando dolor, de nuevo los participantes fueron mucho menos obedientes cuando la víctima era visible (Dambrun y Vatiné, 2010). Las relaciones cercanas también son importantes: en un estudio que condujo Milgram, pero que nunca publicó, solo 15% de los participantes a los que se les pidió aplicar choques a un familiar, amigo o vecino se quejaron (Perry, 2013). Es más difícil dar un choque a una víctima conocida y que se puede ver que a víctimas desconocidas y que no se pueden ver.

"La distancia anula la responsabilidad".

—Guy Davenport, "Carta al maestro constructor," 1966

Asimismo, en la vida cotidiana es más fácil maltratar a alguien que está distante o despersonalizado. Las personas que nunca serían crueles con alguien frente a frente pueden ser despreciables cuando publican comentarios sobre la misma persona en línea o en las redes sociales. A lo largo

Enfoque

Personalizar a la víctima

Las víctimas inocentes despiertan más compasión si se personalizan. En una semana en que el terremoto de Irán, que habría de olvidarse en poco tiempo, mató a 3 000 personas, un niñito murió, atrapado en un pozo en Italia, y todo el mundo se lamentó. Preocupado por que las estadísticas proyectadas de las muertes por una guerra nuclear son impersonales al grado de volverse incomprensibles, el profesor de leyes Roger Fisher propuso una manera de personalizar a las víctimas.

> Sucede que un joven, en general un oficial de la marina, acompaña al presidente a todas partes. Este joven lleva un portafolio negro que contiene los códigos necesarios para lanzar las armas nucleares.
>
> Puedo ver al presidente en las reuniones de gabinete considerando la guerra nuclear como una pregunta abstracta. Podría concluir "En cuando al Plan Uno del SIOP, la decisión es afirmativa. Comunique la línea Alfa XYZ". Tal lenguaje técnico mantiene a distancia todo lo que está implicado.
>
> Entonces, mi sugerencia es muy sencilla. Hagan a un lado el número de código necesario dentro de una pequeña cápsula e implanten esa cápsula cerca del corazón de un voluntario. El voluntario la llevará consigo junto con un enorme y pesado cuchillo de carnicero mientras acompaña al presidente. Si alguna vez el presidente quiere disparar las armas nucleares, lo único que tiene que hacer es matar primero y con sus propias manos a un ser humano.
>
> "George –diría el presidente–, lo siento, pero decenas de millones deben morir".
>
> Entonces el presidente tendría que mirar a alguien y darse cuenta de lo que es la muerte, lo que significa la muerte de un *inocente*. La sangre en la alfombra de la Casa Blanca lo concientizaría sobre la realidad.
>
> Cuando le sugiero esto a mis amigos en el Pentágono, me dicen: "Dios mío, eso es espantoso. Tener que matar a alguien distorsionaría el juicio del presidente. Es posible que nunca oprimiera el botón".

Fuente: Adaptado de "Preventing Nuclear War" de Roger Fisher, *Bulletin of the Atomic Scientists,* marzo de 1981, pp. 11–17.

de la historia, con frecuencia los verdugos despersonalizan a las personas ejecutadas colocándoles capuchas sobre la cabeza. La ética de la guerra permite que los soldados bombardeen un pueblo indefenso desde 12 000 metros de altura, pero no que le disparen a un poblador igual de indefenso. En combate con un enemigo visible, muchos soldados no disparan o no apuntan sus armas. Tal desobediencia es poco común entre quienes dan las órdenes de matar con armamento distante de artillería o aéreo (Padgett, 1989). Quizá eso sea incluso igual de cierto en el caso de la guerra nuclear (véase el apartado de "Enfoque: Personalización de las víctimas"). En años recientes, la distancia respecto a las víctimas ha aumentado todavía más con el uso de drones no tripulados que pueden arrojar bombas y cuyo controlador está sentado frente a una consola a kilómetros de distancia de la destrucción y la muerte en tierra.

Cercanía y legitimidad de la autoridad

La presencia física del experimentador también afectó la obediencia. Cuando el experimentador de Milgram daba órdenes por teléfono, la obediencia completa descendió a 21% (aunque muchos mintieron y dijeron que estaban obedeciendo). Otros estudios confirman que cuando la persona que da las órdenes está cercana, el acatamiento aumenta. Cuando se toca con delicadeza su brazo, las personas tienen mayor probabilidad de prestar una moneda, firmar una petición o probar una nueva pizza (Kleinke, 1977; Smith et al., 1982; Willis y Hamm, 1980).

Sin embargo, la autoridad debe considerarse legítima. En otro giro del estudio básico de Milgram, el investigador recibía una llamada telefónica falsa que le demandaba salir del laboratorio. Decía que como el equipo registraba de manera automática los datos, lo único que tenía que hacer el "maestro" era continuar. Luego de que el investigador salía, un asistente (de hecho un segundo cómplice) asumía el control. El asistente "decidía" que el choque debería incrementarse un nivel para cada respuesta incorrecta y le daba esa instrucción al maestro. Ahora 80% de los maestros se negaron a acatar la orden por completo. Fingiendo disgusto ante el desafío, el asistente se sentaba frente al generador de choque e intentaba asumir el papel del maestro. En ese momento, la mayoría de los participantes desafiantes protestaban. Algunos intentaban desconectar el generador. Un hombre de gran tamaño levantó de la silla al fervoroso asistente y lo arrojó al otro lado de la habitación. Esta rebelión contra la autoridad ilegítima contrastó de manera pronunciada con la amabilidad respetuosa que en general mostraban hacia el experimentador. En un nuevo análisis posterior de los estudios de Milgram, Stephen Reicher y sus colaboradores (2012, Haslam et al., 2015) encontraron que los participantes fueron bastante más obedientes cuando se identificaban con el investigador o con la comunidad científica que representaba. Obedecían las órdenes porque creían que estaban contribuyendo a la ciencia y que, en consecuencia, estaban haciendo algo valioso y noble. Los autores indicaron que "No es tanto que los seguidores pierdan su brújula moral, sino que eligen autoridades particulares que los guíen a través de los dilemas de la vida diaria" (Reicher y Haslam, 2011, p. 61).

Imagine que tuviera el poder de prevenir un tsunami que mataría a 25 000 personas al otro lado del planeta, un accidente aéreo que mataría a 250 personas en su aeropuerto local o un accidente automovilístico que mataría a un amigo cercano. ¿Cuál de ellos prevendría?

En otro estudio, un médico desconocido llamó a las enfermeras de un hospital y les ordenó que administraran una sobredosis evidente de un fármaco (Hofling et al., 1966). Cuando se les informó sobre el experimento, todas las enfermeras dijeron que no habrían obedecido la orden. Sin embargo, cuando otras 22 enfermeras recibieron por teléfono la orden de administrar la sobredosis, todas menos una obedecieron sin demora (hasta que se les interceptó mientras iban en dirección al paciente). Aunque no todas las enfermeras acataron las órdenes a ese grado (Krackow y Blass, 1995; Rank y Jacobson, 1977), estas seguían un guion familiar: el médico (una autoridad legítima) da las órdenes y las enfermeras obedecen.

El acatamiento de la autoridad legítima también fue aparente en el extraño caso del "dolor rectal de oídos" (Cohen y Davis, 1981). Un médico ordenaba aplicar gotas para los oídos a un paciente que sufría una infección en el oído derecho. En la receta, el médico abrevió "administrar en el oído derecho (*right*, en inglés)" como "aplicar en el oído R". Al leer la orden, la obediente enfermera administró las gotas en el recto del obediente paciente.

Al recibir órdenes, la mayoría de los soldados incendiarían las casas o matarían, que son conductas que en otros contextos considerarían inmorales.
©STR/AP Images

Autoridad institucional

Si el prestigio de la autoridad es así de importante, entonces quizá el prestigio institucional de la Universidad Yale legitimó las órdenes del experimento de Milgram. En las entrevistas posteriores al estudio, muchos participantes dijeron que si no hubiera sido por la reputación de la universidad, no habrían obedecido. Para ver si eso era cierto, Milgram mudó el estudio al menos prestigioso Bridgeport, en Connecticut. Se estableció en un modesto edificio comercial como "Research Associates of Bridgeport" (Socios de investigación de Bridgeport). Cuando se llevó a cabo el mismo estudio del "aprendiz tiene un padecimiento cardiaco" con el mismo personal, ¿qué porcentaje de hombres supone que lo obedecieron por completo? Aunque la tasa de obediencia (48%) siguió siendo bastante elevada, fue menor que la tasa de 65% de Yale.

De igual manera, en la vida diaria las autoridades respaldadas por instituciones detentan un poder social. Robert Ornstein (1991) cuenta sobre un psiquiatra amigo suyo al que llamaron al borde de un acantilado en San Mateo, California, cuando uno de sus pacientes, Alfred, amenazó con saltar. Cuando fallaron los intentos del psiquiatra por tranquilizar con razones a Alfred, la única esperanza del psiquiatra era que un policía experto en manejo de crisis llegara pronto.

Aunque no llegó ningún experto, otro oficial de policía que no estaba enterado del drama, pasó por casualidad por el lugar, tomó el altavoz y le gritó al grupo que se reunía al lado del acantilado: "¿Quién fue el idiota que dejó la camioneta Pontiac estacionada en doble fila en medio de la carretera? Casi choqué con ella. Quien quiera que sea, muévala *de inmediato*". Al escuchar el mensaje, Alfred se bajó con docilidad en ese momento, movió el auto y luego, sin decir palabra, se subió a la patrulla para que lo llevaran a un hospital cercano.

Los efectos liberadores de la influencia grupal

Estos experimentos clásicos nos dan una perspectiva negativa de la conformidad. Pero también puede ser constructiva. Los heroicos bomberos que se apresuraron a entrar entre las llamas de las torres del World Trade Center el 11 de septiembre fueron "increíblemente valientes", indican la psicóloga social Susan Fiske y sus colaboradores (2004), pero también "obedecían en parte a sus superiores, en parte consintiendo a la extraordinaria lealtad del grupo". Considere también los efectos a veces liberadores de la conformidad. Tal vez recuerde una época en que se sintió enojado con justificación con un maestro injusto, pero dudó de rebatirle. Entonces, uno o dos alumnos se expresaron en contra de las prácticas injustas y usted siguió su ejemplo, lo cual tuvo un efecto liberador. Milgram capturó este efecto liberador de la conformidad al colocar al maestro con dos cómplices que estaban allí para ayudarle a conducir el procedimiento. Durante el estudio, ambos cómplices desafiaron al experimentador, quien entonces le ordenó al participante real que continuara solo. ¿Lo hizo? No. Noventa y nueve por ciento se liberó al conformarse con los cómplices insolentes.

REFLEXIONES SOBRE LOS ESTUDIOS CLÁSICOS

La respuesta común ante los resultados de Milgram es señalar su contraparte en la defensa de Adolf Eichmann en la Alemania nazi, quien dijo que "solo estaba siguiendo órdenes"; la del teniente estadounidense William Calley, quien en 1968 dirigió la matanza injustificada de cientos de vietnamitas en el pueblo de My Lai; y la de las "limpiezas étnicas" que ocurrieron en Irak, Ruanda, Bosnia y Kosovo.

Los soldados están entrenados para obedecer a sus superiores. Así, uno de los participantes en la matanza de My Lai recordaba:

> [El teniente Caley] me dijo que empezara a disparar. Así que empecé a disparar. Usé como cuatro cargadores sobre el grupo... Rogaban y me decían: "No, no". Y las madres abrazaban a sus hijos y... Bueno, seguimos disparando. Agitaban los brazos y nos rogaban. (Wallace, 1969).

En la actualidad, el ejército de Estados Unidos entrena a los soldados a desobedecer las órdenes ilegales e inapropiadas.

Los contextos científicos "seguros" de los experimentos sobre la obediencia difieren de los contextos en tiempos de guerra. Lo que es más, gran parte de la brutalidad de la guerra y del genocidio van más allá de la obediencia (Miller, 2004). George Mastroianni (2015) y Allan Fenigstein (2015) afirman que la mayoría de los soldados alemanes mataron en forma voluntaria: no debido a que obedecieran órdenes o porque fueran por naturaleza malos, sino porque la perspectiva nazi los adoctrinó de manera tan meticulosa que ya no consideraban humanos a los judíos y, por ende, no pensaban que merecieran empatía. Según cree Mastroianni, el Holocausto se puede explicar mejor a través de teorías sobre la socialización y la influencia interpersonal que a través de la obediencia. Sostiene que "La idea de que cualquiera de nosotros pudiera convertirse en patrocinador del

genocidio en unas cuantas horas dentro de un laboratorio de psicología social es incorrecta". En contraste, "criarse de cierto modo, dentro de una cultura específica impregnada de ideologías destructivas, puede provocar que la gente cometa actos terribles de destrucción".

Los estudios de obediencia de Milgram también difieren de otros estudios sobre la conformidad en cuanto a la fuerza de la presión social. La obediencia proviene de una orden explícita. Sin embargo, los estudios de Asch y de Milgram comparten cuatro semejanzas:

- Muestran que el acatamiento puede tener prioridad por encima del sentido moral.
- Tuvieron éxito para presionar a la gente a ir en contra de su propia conciencia.
- Nos sensibilizan a los conflictos morales en nuestras propias vidas.
- Afirman dos principios conocidos de la psicología social: *la relación entre comportamiento y actitudes y el poder de la situación*.

Comportamiento y actitudes

Cuando las influencias externas superan las convicciones internas, las actitudes no pueden determinar el comportamiento. Estos experimentos ilustran de manera vívida ese principio. Al responder por sí solos, los participantes de Asch casi siempre dieron la respuesta adecuada. La situación fue otra cuando estaban solos contra un grupo.

En los experimentos de obediencia, una poderosa presión social (las órdenes del experimentador) se imponían a la presión social más débil (los ruegos de una víctima remota). Forzados a decidir entre los ruegos de la víctima y las órdenes del experimentador, entre el deseo de evitar causar un daño y el deseo de ser un buen participante, una cantidad sorprendente de personas eligió obedecer.

"Los actos de los hombres son demasiado fuertes para ellos. Muéstrame a un hombre que haya actuado y que no haya sido víctima y esclavo de sus acciones".

—Ralph Waldo Emerson, *Hombres representativos: Goethe*, 1850

¿Por qué los participantes no pudieron alejarse de la situación? Imagine que es uno de los maestros en una versión hipotética del experimento de Milgram y suponga que cuando el aprendiz da la primera respuesta incorrecta, el experimentador le pide que le aplique un toque de 330 voltios. Después de encender el interruptor, escucha los gritos del aprendiz, las quejas de un problema cardiaco y los ruegos de compasión. ¿Continuaría?

Quizá no. En el experimento real de Milgram, el primer compromiso de los participantes era leve (15 voltios) y no provocaba queja alguna. Para el momento en que aplicaban 75 voltios y escuchaban el primer quejido del aprendiz, ya habían obedecido cinco veces y la siguiente petición era aplicar solo un poco más. Para el momento en que aplicaban 330 voltios, el participante ya había accedido en 22 ocasiones y había reducido parte de su disonancia. En consecuencia, estaban en un estado psicológico diferente del de alguien que empezara el experimento en ese punto: era una pendiente resbaladiza de obediencia y una vez que empezaban a caer, era difícil detenerse. Un experimento reciente sobre hacer trampa capturó los efectos de la pendiente resbaladiza. Algunos participantes recibieron 25 centavos por una respuesta correcta en la primera ronda, 1 dólar en la segunda y 2.50 dólares en la tercera, en tanto que otros recibieron 2.50 dólares por cada respuesta desde el inicio. Aquellos con incentivos progresivos estuvieron en mayor probabilidad de hacer trampa y dijeron que tuvieron más respuestas correctas, quizá porque la infracción empezó en un grado pequeño (¿qué son 25 centavos?) y luego creció (Welch et al., 2015). Sin embargo, el principio no funciona a la perfección: cuando se les pidió aplicar un choque doloroso, pero no extremo (150 voltios), casi todos los participantes obedecieron (más que los que fueron subiendo hasta ese nivel a lo largo de 10 ensayos) (Dolinski y Grzyb, 2016). No habían escuchado todavía que el aprendiz se quejara, de modo que, en ese punto, una petición podría haber sido más fácil de obedecer que 10.

El acatamiento engendra la aceptación. El ex torturador Jeffrey Benzien demuestra la técnica de la bolsa mojada, en la que casi se asfixiaba a la persona, frente a la Comisión de Verdad y Reconciliación de Sudáfrica. "Hice cosas terribles", admitió Benzien al disculparse con sus víctimas, aunque afirmó que solo estaba siguiendo órdenes.
©Benny Gool/Capetown Independent Newspaper

El comportamiento externo y la disposición interna también pueden realimentarse, a veces en una espiral ascendente. De este modo, Milgram informó (1974, p. 10):

> Muchos sujetos menosprecian con severidad a la víctima como consecuencia de actuar en su contra. Comentarios como: "Fue tan estúpido y necio que merecía recibir los choques", eran comunes. Después de haber actuado en contra de la víctima, a estos sujetos les parecía necesario considerarlo como un individuo indigno, cuyo castigo era inevitable debido a sus propias deficiencias intelectuales y de carácter.

A principios del decenio de 1970, la junta militar en Grecia utilizó este proceso de "culpar a la víctima" para entrenar a los torturadores (Haritos-Fatouros, 1988,

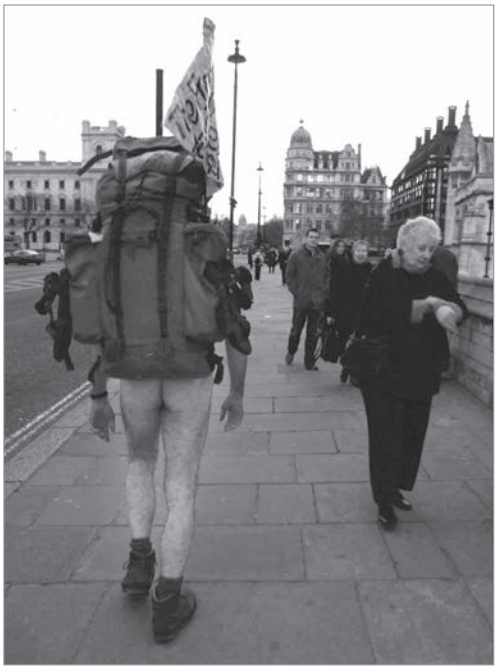
"La psicología social de este siglo revela una lección muy importante: a menudo no se trata de qué tipo de persona es un hombre, sino del tipo de situación en la que se encuentra, lo que determina cómo actuará".

—Stanley Milgram, *Obediencia a la autoridad*, 1974

2002; Staub, 1989, 2003). Como en el antiguo entrenamiento de los oficiales de la SS en la Alemania nazi, el ejército seleccionaba a los candidatos con base en su respeto por la autoridad y sumisión ante ella. Pero esas tendencias por sí solas no son suficientes para formar al torturador. En consecuencia, primero asignaban al individuo en entrenamiento al trabajo como guardia de prisioneros, luego a que participara en escuadrones de arresto, después le indicaban que golpeara a los prisioneros, luego que observara la tortura y, solo después, que la practicara. Paso a paso, una persona obediente, pero decente en otros sentidos, evolucionaba hasta convertirse en agente de la crueldad. El acatamiento engendra la aceptación. Si nos enfocamos en el último nivel (los 450 voltios o la tortura) nos horrorizamos ante la conducta malévola. Pero si consideramos cómo se llega a ese grado (en pequeños pasos) entonces comprendemos.

Como sobreviviente del Holocausto, el psicólogo social Ervin Staub de la Universidad de Massachusetts conoce muy bien las fuerzas que pueden transformar a los ciudadanos en agentes de la muerte. A partir de su estudio sobre el genocidio humano en todo el mundo, Staub (2003) muestra adónde puede conducir el aumento gradual en la agresión. Con demasiada frecuencia, la crítica produce desprecio, que da licencia para la crueldad, la cual, cuando se justifica, conduce al salvajismo, luego a la muerte y después a la exterminación sistemática. "Los seres humanos tienen la capacidad de llegar a experimentar el asesinato de otras personas como algo que no tiene nada de extraordinario" (1989, p. 13).

Pero los humanos también tenemos la capacidad del heroísmo. Durante el Holocausto nazi, el pueblo francés de Le Chambon albergó a 5 000 judíos y a otros refugiados destinados a la deportación a Alemania. Los pobladores eran casi todos protestantes cuyas propias autoridades, sus pastores, les habían enseñado a "resistir cualquier cosa en la que nuestros adversarios nos demanden obediencia y que contradiga las órdenes de los Evangelios" (Rochat, 1993; Rochat y Modigliani, 1995). Cuando se les ordenó divulgar la ubicación de los judíos protegidos, el pastor principal demostró desobediencia: "No sé nada de judíos, solo conozco seres humanos". Sin saber lo terrible que sería la guerra, desde 1940, aquellos que se resistieron establecieron el compromiso inicial y después (con el apoyo de sus creencias, sus propias autoridades y la ayuda mutua) continuaron desafiando a los nazis hasta la liberación del pueblo en 1944. En este caso y en otras partes, la respuesta definitiva para la ocupación nazi llegó temprano. Su ayuda inicial intensificó el compromiso, lo cual llevó a que ayudaran más.



Incluso en una cultura individualista, pocos de nosotros queremos desafiar las normas sociales más claras de nuestra cultura, como lo hizo Stephen Gough mientras caminaba desnudo (sin contar el sombrero, calcetines, botas y una mochila) por toda Gran Bretaña. Desde junio de 2003, ha recorrido todo el país, desde Lands' End, en el sudoeste de Inglaterra, hasta John o'Groats, en el noreste de Escocia. Durante su recorrido de 7 meses y 1 363 kilómetros, lo han arrestado 15 veces y ha pasado cerca de cinco meses tras las rejas. "Mi activismo nudista intenta en primer lugar y de manera más importante defender mis derechos y la declaración de que soy soy un hermoso ser humano ", declaró Gough (2003) desde su sitio web.
©Daily Mail/Rex/Alamy Stock Photo

El poder de las normas sociales

Imagine que viola algunas normas menores: pararse en medio de una clase, cantar en voz alta en un restaurante, jugar golf vestido de traje. Al tratar de romper las limitaciones sociales, de pronto nos damos cuenta de lo fuertes que son.

Los estudiantes en un experimento de la Universidad Estatal de Pensilvania encontraron sorprendentemente difícil violar la norma social de ser agradables en lugar de beligerantes: aun cuando se les provocaba en forma abierta. Los participantes se imaginaron discutiendo con otras tres personas a quien seleccionarían para sobrevivir en una isla desierta. Se les pidió que imaginaran que uno de los otros, un varón, introdujera tres comentarios sexistas como: "Creo que necesitamos más mujeres en la isla para satisfacer a los hombres". ¿Cómo reaccionaría usted a esas afirmaciones sexistas? Solo 5% pronosticó que ignoraría los comentarios o que esperaría a ver la reacción de los demás. Pero cuando otros estudiantes estuvieron en la situación y escucharon a un cómplice varón que hacía esos comentarios, 55% (no 5%) se quedaron callados (Swim y Hyers, 1999). Del mismo modo, aunque la gente pronosticó que le molestaría ser testigo de una persona que hiciera un comentario racista y que rechazaría a esa persona, aquellos que experimentaron en realidad tal situación mostraron casi siempre indiferencia (Kawakami et al., 2009). Estos experimentos demuestran el poder de las normas sociales y exhiben lo difícil que es predecir la conducta, incluso la propia.

Es irónico que en 2011, la lucha contra la confrontación se revelara en la universidad de Swim y Hyers (Penn State) en un debate público acerca de

cómo deberían haber respondido un venerado entrenador de fútbol americano y otros funcionarios universitarios cuando se enteraron de que uno de sus compañeros entrenadores había abusado sexualmente de niños (al parecer, los entrenadores informaron a sus superiores, pero permitieron que el presunto abusador siguiera utilizando las instalaciones universitarias). Los comentaristas estaban indignados, suponiendo que *ellos* hubieran actuado con mayor firmeza. Estos experimentos nos recuerdan que *decir* lo que haríamos en una situación hipotética con frecuencia es más fácil que *hacerlo* en una situación real.

Los estudios de Milgram también nos ofrecen una lección acerca del mal. En las películas de terror y novelas de suspenso, el mal proviene de unos cuantos individuos problemáticos, unos cuantos asesinos depravados. En la vida real, nos vienen a la mente el exterminio de judíos que realizó Hitler o el complot terrorista de Osama bin Laden. Pero el mal también proviene de fuerzas sociales, de las situaciones poderosas que ayudan a que se eche a perder todo un grupo de personas. La policía militar estadounidense, cuyos abusos contra prisioneros iraquíes en la prisión de Abu Ghraib horrorizaron al mundo, estaba bajo estrés, acosada por muchas de las personas que habían ido a salvar, furiosa por la muerte de sus compañeros, después de haberse pasado de la fecha en que debieron regresar a su país y bajo una supervisión laxa: una situación maligna que provocó un comportamiento maligno (Fiske, 2004; Lankford, 2009). Las situaciones y las creencias firmes pueden inducir que las personas comunes cedan ante la crueldad.

Esto es cierto en especial cuando, como sucede a menudo en las sociedades grandes, el mal más terrible evoluciona a partir de una secuencia de males menores. Los funcionarios públicos alemanes sorprendieron a los líderes nazis con su disposición a ocuparse del papeleo del Holocausto. No estaban matando judíos, por supuesto; solo estaban haciendo trabajo administrativo (Silver y Geller, 1978). Cuando se fragmenta, el mal se vuelve más fácil. Milgram estudió esta forma de compartir el mal al reclutar la participación de otros 40 hombres de manera más indirecta. Cuando alguien administraba el choque, solo tenían que aplicar la prueba de aprendizaje. En este caso, 37 de los 40 obedecieron hasta el final.

De modo que en la vida diaria esa desviación hacia el mal ocurre por lo general en pequeños incrementos, sin intención consciente de hacer el mal. La procrastinación implica un desvío inconsciente similar hacia la autolesión (Sabini y Silver, 1982). Un estudiante sabe la fecha límite de entrega de un trabajo final desde semanas antes. Cada distracción que le impide ocuparse de ese trabajo (un videojuego aquí, un programa de televisión allá) parece inocua. Sin embargo, de manera gradual, el estudiante se desvía de hacer el trabajo sin decidir de manera consciente no hacerlo.

Bajo la influencia de fuerzas malignas, incluso las personas buenas se corrompen a veces, a medida que van construyendo racionalizaciones morales para el comportamiento inmoral (Tsang, 2002). De modo que son los soldados comunes los que, al final, tal vez sigan las órdenes de dispararle a civiles indefensos, los líderes políticos admirados que pueden llevar a sus ciudadanos a infaustas guerras, empleados comunes que quizá sigan instrucciones para producir y distribuir productos dañinos y degradantes, y miembros comunes de grupos que tal vez obedezcan órdenes de hacerles novatadas brutales a los iniciados.

Entonces, ¿el análisis situacional de la comisión de un daño exonera al que lo comete? ¿Lo absuelve de la responsabilidad? En la mente de los legos, la respuesta es, en cierto grado, que sí, señala Arthur Miller (2006). Pero los psicólogos que estudian las raíces del mal insisten en lo contrario. La explicación no es para excusar y comprender no es perdonar. Usted puede perdonar a alguien cuya conducta no comprende y puede entender a alguien a quien no perdona. Lo que es más, añade James Waller (2002): "Cuando entendemos la naturaleza común del mal extraordinario, nos sorprenderá menos el mal, tendremos menos probabilidad de contribuir a él y quizá estemos mejor preparados para prevenirlo". La replicación del famoso estudio de Milgram que realizó Jerry Burger (2009) excluyó a personas familiarizadas con él. Si se hubiera incluido a esas personas, con el conocimiento que ahora usted tiene, ¿su tasa de obediencia hubiera sido mucho menor (Elms, 2009)?

Por último, un comentario sobre el método experimental utilizado en la investigación sobre la conformidad: las situaciones de conformidad y obediencia en el laboratorio difieren de las que ocurren en la vida diaria. ¿Con cuánta frecuencia nos piden que juzguemos la longitud de una línea o que administremos choques? Pero de la misma forma en que tanto un cerillo como un incendio forestal arden, suponemos que los procesos psicológicos en el laboratorio y en la vida diaria son similares (Milgram, 1974). Debemos tener cuidado con generalizar la sencillez de un cerillo que se enciende a la complejidad de un incendio forestal. Sin embargo, los experimentos controlados con cerillos encendidos pueden darnos comprensión acerca de la combustión que no podríamos obtener de la observación de los incendios forestales. Del mismo modo, los experimentos sociopsicológicos

ofrecen un conocimiento acerca del comportamiento que no se revela en la vida diaria. La situación experimental es única, pero también lo es toda situación social. Al examinar una variedad de tareas únicas, y al repetir experimentos en diferentes momentos y lugares, los investigadores sondean los principios comunes que se encuentran por debajo de la diversidad superficial. Para un resumen de estos estudios clásicos sobrse la obediencia, revise el **cuadro 6.1**.

CUADRO 6.1 Resumen de los estudios clásicos sobre la obediencia

Tema	Investigador	Método	Ejemplo en la vida real
Formación de normas	Sherif	Evaluación de la sugestión relacionada con el movimiento aparente de una luz	Interpretación diferente de los sucesos después de escuchar a otros; apreciar un alimento sabroso que a otros les encanta
Conformidad	Asch	Coincidencia con los juicios perceptuales obviamente incorrectos de otras personas	Hacer lo mismo que los demás; modas como los tatuajes
Obediencia	Milgram	Obediencia de las órdenes de aplicar un choque a otra persona	Soldados o empleados que siguen órdenes cuestionables

Los experimentos clásicos sobre conformidad respondieron algunas preguntas, pero plantearon otras: a veces la gente se conforma y a veces no lo hace. En vista de ello, podemos preguntar: (1) *¿Cuándo se conforman?* (2) *¿Por qué se conforman?* ¿Por qué ignoran al grupo y son fieles a sí mismos? (3) ¿Existe un tipo de *persona* que tenga probabilidad de conformarse? En las siguientes secciones analizaremos cada una de estas preguntas.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son los estudios clásicos sobre la conformidad y la obediencia?

Tres conjuntos clásicos de experimentos ilustran la manera en que los investigadores han estudiado la conformidad.

- Muzafer Sherif observó que los juicios de otras personas influían en las estimaciones de la gente acerca del movimiento aparente de un punto luminoso que en realidad no se movía. Emergieron normas de respuestas "apropiadas" que sobrevivieron durante largos periodos y través de generaciones sucesivas de participantes en la investigación.
- Solomon Asch pidió a las personas que escucharan los juicios de otros acerca de cuál de tres líneas de comparación era igual a una línea estándar y que después juzgaran por sí mismos. Cuando los otros participantes daban de manera unánime una respuesta incorrecta, los participantes se conformaron 37% de las ocasiones.
- Los estudios de Stanley Milgram acerca de la obediencia provocaron una forma extrema de obediencia. En condiciones óptimas (una persona con autoridad legítima y cercana que daba las órdenes, una víctima lejana y nadie más que ejemplificara la desobediencia) 65% de sus participantes varones adultos obedecieron por completo las instrucciones de aplicar choques eléctricos que supuestamente traumatizaban a una víctima inocente que gritaba en una habitación contigua.
- El comportamiento y las actitudes se refuerzan mutuamente, permitiendo que los pequeños actos malignos fomenten la actitud que conduce a actos malignos mayores.

¿QUÉ PREDICE LA CONFORMIDAD?

Identifique las situaciones que activan mucha y poca conformidad.

Los psicólogos sociales se preguntaron si incluso la situación no coercitiva, ambigua, de Asch podía provocar una tasa de conformidad de 37%, ¿otros entornos podrían provocar incluso más

conformidad? En poco tiempo, los investigadores descubrieron que la conformidad sí aumentaba si los juicios eran difíciles o los participantes se sentían incompetentes. Mientras mayor inseguridad tenemos en nuestros juicios, mayor es la influencia que tienen los demás sobre nosotros.

Los atributos grupales también importan. La conformidad es mayor cuando el grupo tiene tres o más personas, y es unánime, cohesivo y elevado en estatus. La conformidad también es más alta cuando la respuesta es pública y se emite sin compromiso previo. Veamos cada una de estas condiciones.

TAMAÑO DEL GRUPO

Asch y otros investigadores encontraron que de tres a cinco personas provocarán mayor conformidad que solo una o dos. Aumentar el número de personas más allá de cinco produce resultados menores (Gerard et al., 1968; Rosenberg, 1961): un grupo pequeño puede tener gran efecto. En un experimento de campo, Milgram y sus colaboradores (1969) pidieron que 1, 2, 3, 5, 10 o 15 personas se detuvieran en una ajetreada calle de la ciudad de Nueva York y miraran al cielo. Como muestra la **figura 6.6**, el porcentaje de transeúntes que también miraron hacia arriba aumentó a medida que se incrementaba el número de uno a cinco personas. Inténtelo en su universidad: consiga que algunos amigos se detengan junto con usted para mirar al cielo y encontrará que casi todos los que caminan a su lado lo harán. Yo misma [JT] lo hice con mis alumnos cuando era profesora asistente en la Universidad de Michigan. Cuando solo uno o dos voluntarios se pararon fuera del edificio de las aulas, unas cuantas personas los miraron, pero nadie volteó hacia arriba. Pero cuando cuatro o cinco estudiantes se pararon fuera de la puerta, mirando al cielo, casi todos los estudiantes que salían del edificio levantaron la cabeza al instante. Mis estudiantes y yo nos reímos tanto que nos dio vergüenza.

La manera en que el grupo se constituye también influye. El investigador David Wilder (1977) de la Universidad Rutgers les dio a sus alumnos un caso judicial. Antes de emitir sus propios juicios, los estudiantes observaron videos de cuatro cómplices del experimentador que daban sus propias conclusiones. Cuando los cómplices se presentaban como dos grupos independientes de dos personas, los participantes se conformaron más que cuando los cuatro cómplices presentaron sus juicios en un solo grupo. De manera similar, dos grupos de tres personas provocaron mayor conformidad que un grupo de seis, y tres grupos de dos personas provocaron incluso más. La concordancia de grupos pequeños independientes vuelve más creíble a una posición.

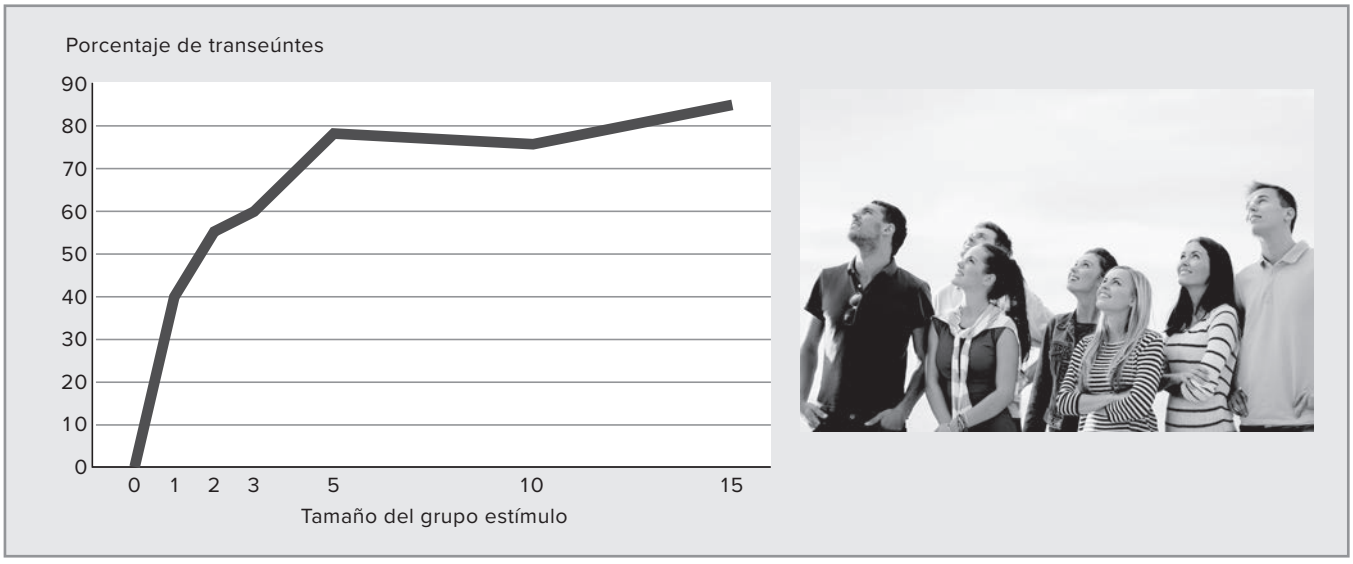


FIGURA 6.6

Tamaño del grupo y conformidad

El porcentaje de transeúntes que imitaron a un grupo que miraba hacia arriba aumentó junto con el incremento en el tamaño de grupo a cinco personas.

Fuente: Datos de Milgram, S., Bickman, L., y Berkowitz, L. (1969).

UNANIMIDAD

Imagine que está en un experimento de conformidad en el que todos los que responden antes que usted, excepto una de las personas, dan una respuesta incorrecta. ¿El ejemplo de este cómplice del experimentador no conformista sería tan liberador como lo fue para los individuos en el estudio de obediencia de Milgram? Varios experimentos revelan que alguien que rompe con la unanimidad del grupo, destruye su poder social (Allen y Levine, 1969; Asch, 1955; Morris y Miller, 1975). Como ilustra la **figura 6.7**, por lo general las personas emitirán de manera verbal sus propias convicciones si solo otra persona también difiere de la mayoría. Con frecuencia, los participantes en este tipo de experimentos dicen después que sintieron agrado y cercanía hacia su aliado no conformista. Sin embargo, niegan que el aliado los haya influido: "De todos modos hubiera dado la misma respuesta aunque él no hubiera estado allí".

"Mi opinión, mi convicción, aumenta infinitamente en fortaleza y éxito al instante en que una segunda mente la adopta".

—Novalis, *Fragmentos*.

Es difícil ser una minoría de uno; pocos jurados no pueden llegar a una conclusión debido a un miembro disidente. Solo una de cada diez decisiones de la Suprema Corte de Estados Unidos durante finales del siglo XX tuvo a un inconformista solitario; la mayoría han sido unánimes o con una división de 5-4 (Granberg y Bartels, 2005). Lindsey Levitan y Brad Verhulst (2016) pidieron a estudiantes universitarios que declararan en privado sus puntos de vista acerca de temas como el control de armas, la pena de muerte y el aborto. Cuando más adelante volvieron a emitir sus opiniones delante de otras personas que pensaban de modo diferente, tuvieron menor probabilidad de cambiar su postura incluso si tenían un aliado.

Los experimentos sobre la conformidad enseñan la lección práctica de que es más fácil defender algo cuando se puede encontrar otra persona que lo defienda a nuestro lado. Muchos grupos religiosos reconocen este hecho. Al seguir el ejemplo de Jesús, que enviaba a sus discípulos en pares, los mormones envían juntos a dos misioneros para que visiten un área. El apoyo de un compañero aumenta en gran medida el valor social de una persona.

Observar que otra persona disiente, aunque esté equivocada, puede aumentar nuestra propia independencia. Charlan Nemeth y Cynthia Chiles (1988) lo descubrieron después de pedirle a una serie de personas que observaran a un solo individuo en un grupo de cuatro que se equivocaba al decir que un estímulo azul era verde. Aunque el disidente estaba equivocado, después de verlo esos mismos observadores tuvieron mayor probabilidad de exhibir su propia forma de independencia: 76% de las veces dijeron de manera correcta que diapositivas rojas eran "rojas", aunque todos los demás dijeran de manera incorrecta que eran "anaranjadas". Los participantes que no tuvieron oportunidad de observar al disidente "verde" dieron la respuesta correcta solo en 30% de las ocasiones (y, por ende, se conformaron 70% de las veces).

COHESIÓN

Una opinión minoritaria de alguien fuera de los grupos con los que nos identificamos, de alguien de otra universidad o de una religión diferente, influye menos sobre nosotros que la misma opinión

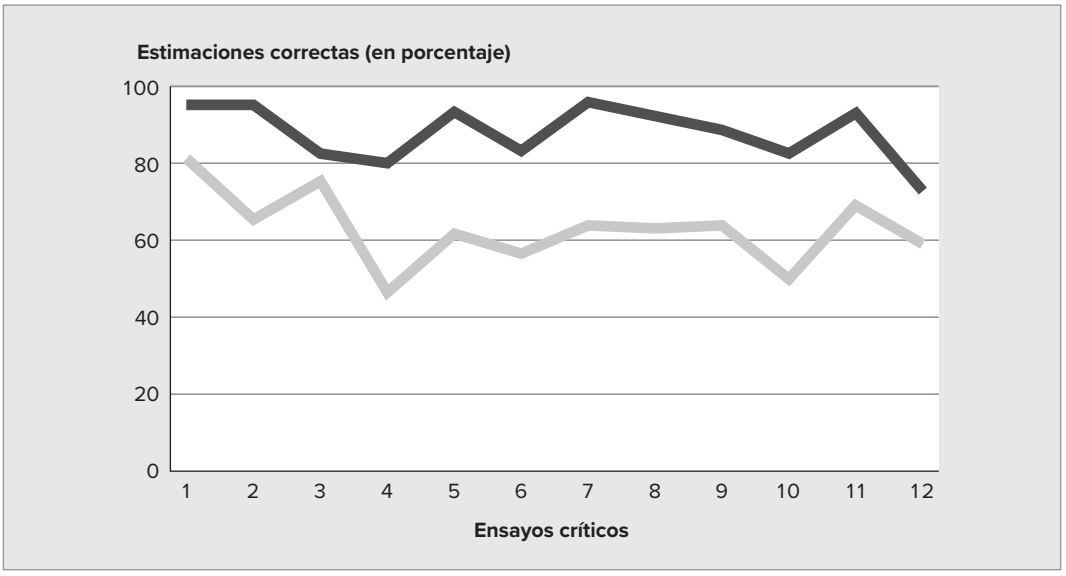


FIGURA 6.7
El efecto de la unanimidad en la conformidad
Cuando alguien que da respuestas correctas rompe con la unanimidad del grupo, los individuos se conforman solo una cuarta parte de las veces.
Fuente: Datos de Asch, 1955.

minoritaria de alguien dentro de nuestro grupo (Clark y Maass, 1988). Un heterosexual que defiende los derechos de los homosexuales influye de manera más eficaz en los heterosexuales que si el defensor es un homosexual. Las personas incluso acatan con mayor facilidad las peticiones de aquellos que se les dice que comparten su fecha de nacimiento, su nombre o características de sus huellas dactilares (Burger et al., 2004; Silvia, 2005).

Es difícil tomar una postura al ser una minoría de uno. Pero, a veces, hacerlo es lo que produce que alguien se convierta en héroe, como el solitario miembro disidente del jurado en la película de 1957 *Doce hombres en pugna* (que se volvió a filmar en 1997).
©United Archives GmbH/Alamy Stock Photo

Mientras más **cohesivo** es un grupo, mayor es el poder que adquiere sobre sus miembros. En otras palabras, un grupo de sus mejores amigos influirá más sobre usted que un grupo de conocidos con los que no siente mucha cercanía. Por ejemplo, en las cofradías universitarias, las amigas tienden a compartir tendencias relacionadas con los atracones de comida, en especial a medida que crece su cercanía (Crandall, 1988). La preparatoria, que a menudo es una época de grupos cohesivos, conduce a menudo a que los estudiantes beban tanto alcohol como sus pares, a fin de volverse (o seguir siendo) populares (Balsa et al., 2010). Las personas dentro de un grupo étnico pueden sentir presión a la conformidad del propio grupo que es similar y que les exige hablar, actuar y vestirse como todos sus compañeros. De hecho, los negros que actúan como blancos y los blancos que actúan como negros tal vez enfrenten las burlas de sus pares por no conformarse a su propio grupo étnico (Contrada et al., 2000).

cohesión
Un sentimiento de "nosotros"; el grado en que los miembros de un grupo están unidos, como a través de la atracción de unos hacia otros.

Nuestra inclinación a seguir la pauta de nuestro grupo (a pensar como el grupo piensa y hacer lo que este hace) emergió en un experimento cuando las personas informaron sentir mayor *agrado* por una pieza musical que se les dijo que les gustaba a personas semejantes a ellas (pero sintieron mayor *desagrado* por la música que le *gustaba* a alguien diferente). De la misma forma, cuando los estudiantes universitarios se comparan con bebedores de alcohol que son diferentes a ellos, tienen *menor* probabilidad de beber (Lane et al, 2011). Y después de ver que una persona que llevaba una camiseta de su universidad copiaba en un examen, los participantes en otro experimento presentaron una mayor probabilidad de copiar. Pero si la persona original llevaba una camiseta de una universidad contraria, tenía el efecto opuesto: los participantes se volvieron más honestos (Gino et al., 2009). La conformidad alimentada por la cohesión también aparece en las residencias estudiantiles, donde las actitudes de los estudiantes se volvieron más similares a las de las personas que vivían cerca de ellos (Cullum y Harton, 2007).

ESTATUS

Como podría sospechar, las personas de mayor estatus tienden a tener un mayor impacto (Driskell y Mullen, 1990). Los miembros más jóvenes de un grupo, incluso los psicólogos sociales principiantes, reconocen mayor conformidad con su grupo que los miembros mayores (Jetten et al., 2006). Los consumidores chinos que se sentían más poderosos tenían menor probabilidad de conformarse al elegir productos populares y se les ocurrían lemas publicitarios más enfocados en la singularidad (Zou et al., 2014). Jeff Galak y sus colaboradores (2016) encontraron una manera creativa de someter a prueba el estatus y la conformidad al examinar 16 000 compras de zapatos femeninos. Las mujeres que poco antes se habían mudado a un vecindario de mayor estatus que aquel en el que solían vivir tuvieron mayor probabilidad de comprar el tipo de zapatos que favorecían sus nuevas vecinas, pero aquellas que se mudaron a un vecindario de menor estatus tuvieron mayor probabilidad de ignorar las normas locales. Incluso los chimpancés tienen mayor probabilidad

Es más probable que la gente cruce de manera imprudente la calle cuando alguien más lo hace y que no lo haga cuando otra persona tampoco lo hace, en especial cuando el otro está bien vestido y, por ende, parece tener un mayor estatus (Mullen et al., 1990).
©Image Source, all rights reserved.

de imitar las conductas de miembros de mayor rango en su grupo (Horner et al., 2010). Tanto entre los seres humanos como entre otros primates, el prestigio engendra la influencia.

Milgram (1974) informó que, en sus estudios de obediencia, las personas de menor estatus aceptaban con mayor facilidad las órdenes del experimentador que los individuos de mayor estatus. Después de aplicar los 450 voltios, un soldador de 37 años volteó hacia el experimentador, que tenía un estatus mayor, y le preguntó: "Profesor, ¿qué sigue después de esto?" (p. 46). Otro participante, un profesor de teología que desobedeció al llegar a los 150 voltios, dijo: "No entiendo por qué se coloca al experimento por encima de la vida de esta persona" y bombardeó al experimentador con preguntas acerca de "la ética de esta cosa" (p. 48).

RESPUESTA PÚBLICA

Una de las primeras preguntas de los investigadores sobre la conformidad fue la siguiente: ¿la gente se conforma más en sus respuestas públicas que en sus opiniones privadas? ¿O titubea más en sus opiniones privadas pero no está dispuesta a conformarse de manera pública para no parecer débil?

Ahora tenemos una respuesta clara: en los experimentos, las personas se conforman más cuando deben responder frente a otras, en lugar de al escribir sus respuestas en privado. Después de escuchar la respuesta de otros, los participantes de Asch se vieron menos influidos por la presión grupal si podían escribir respuestas que solo el experimentador vería. Como se muestra en un estudio en China, los adolescentes tienen mayor probabilidad de cambiar sus respuestas que los niños, cuando se exhiben en público ante sus pares, lo cual sugiere que los adolescentes sienten una mayor presión grupal a la conformidad (Zhang et al., 2018). En consecuencia, cuando los profesores universitarios hacen preguntas polémicas, los estudiantes expresan opiniones más diversas si responden de manera anónima, utilizando dispositivos de control remoto, que cuando levantan la mano (Stowell et al., 2010). Es mucho más fácil defender lo que creemos de manera privada dentro de la casilla de votación que frente a un grupo.

COMPROMISO PREVIO

En 1980, Genuine Risk se convirtió en la segunda yegua en ganar el Derby de Kentucky. En su siguiente carrera, la Preakness, se abrió en la última curva para aventajar al líder, un potro llamado Codex. Al salir cuerpo a cuerpo de la curva, Codex se movió de lado hacia Genuine Risk, provocando que la yegua dudara y le cediera una estrecha victoria. ¿Codex rozó a Genuine Risk? ¿Su jockey incluso golpeó con el látigo la cara de la yegua? Los árbitros de la carrera se juntaron. Después de una breve deliberación, juzgaron que no había ocurrido ninguna falta y confirmaron que Codex era el ganador. La decisión provocó un tumulto. Las repeticiones instantáneas televisadas mostraban que Codex sí había rozado a Genuine Risk, que era la favorita sentimental. Se levantó una protesta y los oficiales reconsideraron su decisión, pero no la cambiaron.

¿El juicio que declararon de inmediato luego de la carrera afectó la apertura de los oficiales en cuanto a llegar después a una decisión diferente? Nunca podremos estar seguros. Sin embargo, sí podemos poner a la gente en una versión de laboratorio de este suceso, con y sin el compromiso público inmediato, y observar si el compromiso hace la diferencia. De nuevo, imagínese que está en un experimento del tipo de los de Asch. El experimentador presenta las líneas y le pide que responda primero. Luego de emitir su juicio, y de escuchar que todos están en desacuerdo, el experimentador le da oportunidad de reconsiderar. Frente a la presión del grupo, ¿se echará para atrás?

La gente casi nunca lo hace (Deutsch y Gerard, 1955). Después de comprometerse en público, se apegan a ello. Cuando mucho, cambiarán sus juicios en situaciones posteriores (Saltzstein y Sandberg, 1979). En consecuencia, podemos esperar que, por ejemplo, los jueces en competencias de clavados o gimnasia rara vez cambien sus calificaciones después de ver las de los demás jueces, aunque podrían ajustar sus calificaciones posteriores del desempeño. Cuando la gente se disculpa y admite que se equivocó, a menudo siente que tiene menor control (Okimoto et al., 2013).

"Aquellos que nunca se retractan de sus opiniones se aman más a sí mismos que a la verdad".

—J. Joubert, *Pensamientos,* 1877

El compromiso previo también limita la persuasión. Cuando jurados simulados toman decisiones, los veredictos en los que no se llega a ningún acuerdo son más probables en casos en los que se pide la votación de los jurados levantando la mano, en lugar de con voto secreto (Kerr y MacCoun, 1985). Hacer un compromiso público provoca que las personas duden de dar marcha atrás.

Los individuos que son muy hábiles para persuadir lo saben. Los vendedores nos hacen preguntas que nos inducen a dar declaraciones a favor, en lugar de en contra, de lo que están promocionando. Los ambientalistas piden a la gente que declare su compromiso con el reciclaje, la conservación de

energía o el uso de transporte público. Eso se debe a que el comportamiento cambia más cuando las personas declaran su compromiso con la sustentabilidad ambiental que cuando solo escuchan un llamado a favor de ella (Katzev y Wang, 1998). Este principio funciona también cuando se trata de compromisos por la salud: en comparación con aquellos que solo recibieron educación sobre alcoholismo y drogadicción, los adolescentes españoles que se comprometieron en forma pública a no beber o usar drogas tuvieron menor probabilidad de hacerlo (Hernández-Serrano et al., 2013). La gente que se compromete de manera pública a perder peso no solo estuvo más motivada a bajar de peso, sino que de hecho perdió más kilos (Nyer y Dellande, 2010).

EN RESUMEN: ¿Qué predice la conformidad?

- Determinadas situaciones parecen ser poderosas en especial en provocar la conformidad. Por ejemplo, las personas se conforman más cuando tres o más personas modelan el comportamiento o creencia.
- La conformidad se reduce si el comportamiento o creencia modelados no son unánimes: si una o más personas disienten.
- La conformidad aumenta por la *cohesión* del grupo.
- Mientras más alto es el estatus de aquellos que modelan el comportamiento o creencia, mayor es la probabilidad de conformidad.
- Las personas también se conforman más cuando sus respuestas son públicas (en presencia del grupo).
- Un compromiso previo con cierto comportamiento o creencia aumenta la probabilidad de que una persona se mantenga firme con ese compromiso.

¿POR QUÉ NOS CONFORMAMOS?

Identifique y comprenda las dos formas de influencia social que explican por qué la gente se conforma con los demás.

"¿Ves aquella nube que casi tiene la forma de un camello?", le pregunta el Hamlet de Shakespeare a Polonio. "Sí que se asemeja a un camello", responde Polonio. "Me parece como una comadreja", señala Hamlet un instante después. "Su lomo es como el de una comadreja", reconoce Polonio. "¿O más como una ballena?", se pregunta Hamlet. "Muy semejante a una ballena", concuerda Polonio. Pregunta: ¿por qué Polonio accede con tanta facilidad cada vez que Hamlet cambia de opinión?

O consideremos esta situación. Allí estaba yo [DM]: un estadounidense que asistía a su primera conferencia en una amplia visita a una universidad alemana. Al terminar el ponente, levanté las manos para aplaudir, pero en lugar de aplausos, los demás empezaron a golpear los pupitres con sus nudillos. ¿Qué significaba eso? ¿Desaprobaban el discurso? Con seguridad no serían tan abiertamente groseros con un dignatario visitante. Y tampoco sus rostros mostraban desagrado. No, me di cuenta, esa debe ser una ovación a la alemana. Entonces empecé a golpear con mis nudillos para unirme al coro.

¿Qué impulsó esa conformidad? ¿Por qué no aplaudí mientras los otros golpeaban? ¿Por qué Polonio coincidió con tanta facilidad con las palabras de Hamlet? Hay dos posibilidades: una persona puede inclinarse ante el grupo (a) para ser aceptada y evitar el rechazo, o (b) para obtener información importante. Morton Deutsch y Harold Gerard (1955) nombraron a estas dos posibilidades **influencia normativa** e **influencia informativa**. La primera se deriva de nuestro deseo de *agradar* y la segunda de nuestro deseo de estar en lo *correcto*.

La influencia normativa se refiere a seguirle la corriente al grupo para evitar el rechazo, seguirle cayendo bien a los demás u obtener su aprobación. Quizá el subordinado Polonio coincidió con Hamlet, el príncipe de Dinamarca, que tenía mayor estatus, para ganarse su favor. La influencia informativa captura la manera en que se difunden las creencias. De la misma manera en que las personas miran al cielo cuando otros lo hacen, utilizan el mismo tenedor que usan los demás cuando van a una cena elegante.

influencia normativa
Conformidad basada en el deseo de la persona de satisfacer las expectativas de los demás, a menudo para obtener aceptación.

influencia informativa
Conformidad que ocurre cuando la gente acepta la evidencia de la realidad que les proporcionan otras personas.

En el laboratorio y en la vida diaria, es frecuente que los grupos rechacen de manera consistente a los no conformistas (Miller y Anderson, 1979; Schachter, 1951). Esa fue una lección que aprendió el profesor de estudios de medios que se convirtió en un paria al jugar el videojuego en línea "City of Heroes" (Vargas, 2009). El profesor, con el que yo [DM] empatizo porque tiene mi mismo nombre (David Myers) jugó siguiendo las reglas, pero no se conformó a las costumbres. Lo ridiculizaron con mensajes instantáneos como: "Espero que le dé cáncer a tu madre". "TODOS TE ODIAN". "Si me matas otra vez, iré por ti y te mataré de verdad, y no estoy bromeando".

Como sabemos la mayoría de nosotros, el rechazo social es doloroso; cuando nos desviamos de las normas del grupo, a menudo pagamos un precio emocional. Gerard (1999) recuerda que en uno de sus experimentos de conformidad, un participante al principío amigable se puso muy alterado, pidió salir de la habitación y regresó con un aspecto

> enfermo y visiblemente angustiado. Me preocupó y sugerí que detuviéramos la sesión. Se negó con firmeza a hacerlo y continuó durante los 36 experimentos completos, sin ceder a los demás en ningún experimento. Después de que concluyó la prueba y le expliqué el subterfugio, todo su cuerpo se relajó y suspiró aliviado. El color le regresó al rostro. Le pregunté por qué se había salido de la habitación. "Para vomitar", respondió. No cedió, ¡pero vaya precio que pagó! Estaba muy deseoso de la aceptación de los demás y de que sintieran agrado por él, y sintió miedo de que no fuera así porque se había mantenido firme contra ellos. Este es un ejemplo extremo de cómo opera la presión normativa.

A veces, el alto precio de la desviación impulsa a la gente a apoyar cosas en las que no cree o, cuando menos, a suprimir su desacuerdo. En un experimento, los participantes a los que los demás relegaron tuvieron mayor probabilidad de obedecer la orden del experimentador de salir a un ambiente exterior helado para tomar 39 fotografías (Riva et al., 2014). Cuando experimentamos rechazo, o incluso lo tememos, estamos en mayor probabilidades de seguir la corriente. "Temí que Leideritz y los demás pensaran que era un cobarde", informó un oficial alemán al explicar su renuencia a disentir de las ejecuciones masivas (Waller, 2002). La influencia normativa conduce al acatamiento, en especial para las personas que recientemente han visto que se ridiculiza a otros o que buscan ascender por el escalafón social (Hollander, 1958; Janes y Olson, 2000). Como recordaba John F. Kennedy (1956), "Cuando entré al Congreso me dijeron que 'la manera de subir' era 'dejándose llevar'"(p. 4).

""Si temes perder el barco, acuérdate del *Titanic*".

—Anónimo

La influencia *normativa* (información acerca del comportamiento promedio de otras personas) a menudo nos influye sin darnos cuenta. Los administradores de la Northern Illinois University querían reducir la ingesta peligrosa de alcohol de los estudiantes en las fiestas. De inicio, intentaron advertirles a los estudiantes sobre los peligros de las fiestas, pero las tasas de ingesta excesiva continuaron más o menos iguales. Luego difundieron información sobre la norma, diciéndoles que "la mayoría de los estudiantes beben con moderación". Esa técnica tuvo éxito: la ingesta excesiva de alcohol se redujo a la mitad en más de 10 años (Haines, 1996). Los adolescentes tienen muchas más probabilidades de fumar cuando sus amigos lo hacen y, por ende, consideran al tabaquismo como la norma (Liu et al., 2017). Las personas también siguen el ejemplo de los demás cuando deciden qué comer. En un estudio, los clientes de una bizcochería comieron bastantes más chocolates cuando se dejaron 20 envolturas junto al tazón (Prinsen et al., 2013).

"Gran parte de nuestro pensamiento se orienta a la vinculación, no a la búsqueda de la verdad, de modo que la mayoría estamos muy dispuestos a pensar o decir cualquier cosa que nos ayude a obtener el agrado de nuestro grupo".

—David Brooks, "The Art of Thinking Well," 2017

Por otro lado, la influencia *informativa* conduce a la gente a aceptar en privado la influencia de los demás como fuente de información. Al ver la forma cambiante de la nube, es posible que Polonio haya visto en verdad lo que Hamlet le ayudaba a ver. Cuando la realidad es ambigua, como para los participantes en la situación autocinética de Sherif, otras personas pueden ser una valiosa fuente de información. Es posible que el individuo razone: "No puedo determinar qué tan lejos se mueve la luz. Pero este tipo parece saberlo". Lo mismo ocurre cuando se leen las reseñas de restaurantes en Yelp o las de hoteles en TripAdvisor: si nunca antes ha estado allí, las experiencias de otras personas pueden darle información importante. Estos tipos de reseñas son buenos ejemplos de influencia informativa (Chen et al., 2016).

Sus amigos tienen una influencia adicional sobre usted en cuanto a las razones informativas al igual que normativas (Denrell, 2008; Denrell y Le Mens, 2007). Si su amigo compra un auto en particular o le invita a un restaurante específico, usted adquirirá información que quizá le conduzca a que le guste lo mismo que a él: aunque no le importe lo que le gusta a su amigo. Nuestros amigos influyen en las experiencias que conforman nuestras actitudes. Sin embargo, esa influencia no dura para siempre: en un estudio, la conformidad con las opiniones ajenas no duró más de tres días (Huang et al., 2014).

Para descubrir lo que hace el cerebro cuando la gente experimenta un estudio de conformidad como el de Asch, un equipo de neurociencias en la Universidad Emory colocó a los participantes en un escáner de imágenes por resonancia magnética funcional (fMRI, functional magnetic resonance imaging) mientras les pedían que respondieran preguntas luego de escuchar las respuestas de otras personas (Berns et al., 2005). Cuando los participantes se conformaban con una respuesta incorrecta, se activaron las regiones dedicadas a la percepción. Y cuando iban *en contra* del grupo, se activaban las regiones asociadas con las emociones. Estos resultados sugieren que la conformidad puede moldear en verdad las percepciones, es decir, es posible que la gente se conforme porque teme estar equivocada. Los estudios de seguimiento con fMRI encontraron que durante la influencia normativa se activaba un área cerebral que muestra actividad cuando la gente está ansiosa por el rechazo social y que con la influencia informativa se activaba un área que se asocia con el juicio (Zaki et al., 2011).

Cuando usted decide adónde ir, las reseñas en línea pueden tener influencia informativa. Lo mismo puede venir de un amigo que haya estado antes en ese lugar.
©Antonio Diaz/123RF

De modo que la preocupación por la imagen social produce *influencia normativa*. El deseo de estar en lo correcto produce *influencia informativa*. En la vida cotidiana, es frecuente que las influencias normativa e informativa ocurran al mismo tiempo. Estuve [DM] a punto de ser la única persona en aplaudir en la sala de conferencias alemana (influencia normativa), pero el comportamiento de los demás también me mostró la manera apropiada de expresar mi aprecio (influencia informativa).

A veces, los experimentos sobre la conformidad han aislado la influencia normativa o informativa. La conformidad es mayor cuando la gente responde de manera pública frente a un grupo; con seguridad esto refleja influencia normativa (porque las personas reciben la misma información, ya sea que respondan de manera pública o privada). Por otro lado, la conformidad es mayor cuando los participantes se sienten incompetentes, cuando la tarea es difícil y cuando a los individuos les importa estar en lo correcto: todas ellas indicaciones de influencia informativa.

EN RESUMEN: ¿Por qué nos conformamos?

- Los experimentos revelan dos razones por las que la gente se conforma. La *influencia normativa* proviene del deseo de aceptación de una persona. Queremos que nos quieran. La tendencia a conformarnos más cuando respondemos públicamente refleja influencia normativa.
- La *influencia informativa* proviene de la evidencia que nos dan los otros acerca de la realidad. La tendencia a conformarse más en tareas difíciles de toma de decisiones refleja la influencia informativa: queremos estar en lo correcto.

¿QUIÉN SE CONFORMA?

Describa cómo varía la conformidad no solo según las situaciones, sino también según las personas.

¿Algunas personas son más susceptibles (o deberíamos decir, más abiertas) en general a la influencia social? Entre sus amigos, ¿puede identificar a algunos que son conformistas y a otros que son independientes? En su búsqueda del conformista, los investigadores se han enfocado en tres factores de predicción: personalidad, cultura y roles sociales.

Los efectos de la personalidad se notan más cuando vemos las diferentes reacciones de la gente hacia la misma situación, como cuando alguien reacciona con terror y otro con alegría a un paseo en la montaña rusa.
©Zia Soleil/Getty Images

PERSONALIDAD

En la época de Milgram, los factores de personalidad que predecían mayor conformidad eran desconocidos. Como Milgram (1974) concluyó: "Estoy seguro de que existe una base de personalidad compleja para la obediencia y la desobediencia. Pero sé que no la hemos encontrado" (p. 205). Sin embargo, era evidente que existían diferencias individuales: recuerde que no todos los participantes de Milgram obedecieron al experimentador hasta el final. En términos generales, las personas más amables (que valoran llevarse con los demás) y responsables (que siguen las normas sociales de pulcritud y puntualidad) tienen más probabilidades de conformarse (Begue et al., 2015; DeYoung et al., 2002; Fürst et al., 2014; Roccas et al., 2002). Las personas que quieren complacer a los demás comen más dulces cuando un par come algunos y luego le pasan el tazón, conformándose en apariencia para ayudar a la otra persona a sentirse más cómoda (Exline et al., 2012). En otras palabras "no saque las hamburguesas y papas adicionales cuando lleguen los complacientes" (Griffith, 2012).

En contraste, las personas con alto nivel de apertura a nuevas experiencias (un rasgo de personalidad relacionado con la creatividad y el pensamiento socialmente progresista) tienen menores probabilidades de conformarse (Jugert et al., 2009). Aquellos que buscan la novedad, que se lanzan a tener experiencias buscando estimulación, también tienen menores probabilidades de conformarse (Athota y O'Connor, 2014). Dos estudios encontraron que los estudiantes que tenían firmes creencias en su propio libre albedrío y control personal tuvieron menor probabilidad de conformarse al grupo (Alquist et al., 2013; Fennis y Aarts, 2012), al igual que aquellos con creencias políticas más liberales y menos conservadoras (Begue et al., 2015). De modo que si usted es alguien que favorece las experiencias sociales tranquilas en lugar de las discusiones, sigue las normas, tiene creencias tradicionales y duda de la existencia del libre albedrío, es más probable que se conforme.

Estas variaciones individuales ayudan a explicar las situaciones en las que las personas eligen no conformarse al grupo. Un informe del ejército acerca de los abusos en la prisión de Abu Ghraib elogiaba a tres hombres que, a pesar de las amenazas de ridiculización y de consejos de guerra, se distinguieron de sus compañeros (O'Connor, 2004). El teniente David Sutton acabó con un incidente y alertó a sus comandantes. "No quiero juzgar, pero sí, fui testigo de algo inapropiado y lo informé", señaló Sutton. El entrenador de perros de la Marina, William Kimbro, resistió la "presión significativa" de participar en "interrogatorios incorrectos" y el especialista Joseph Darby hizo una denuncia, dándole evidencia a la policía militar que sirvió para dar la voz de alarma. Darby, a quien algunos llamaron "rata", recibió amenazas de muerte por su inconformidad y se le otorgó protección militar. Pero al regresar a su hogar, su madre se unió a otras personas que lo felicitaron con un aplauso: "Mi vida, estoy tan orgullosa de ti porque hiciste lo correcto y el bien siempre triunfa sobre el mal, y la verdad te hará libre" (*ABC News*, diciembre de 2004). Al final, tanto la personalidad como la situación moldean el comportamiento.

CULTURA

Cuando los investigadores en Australia, Austria, Alemania, Italia, Jordania, Sudáfrica, España y Estados Unidos repitieron los experimentos de obediencia, ¿cuáles piensa usted que fueron los resultados en comparación con los de los participantes estadounidenses? Las tasas de obediencia fueron similares, o incluso mayores: 85% en Múnich (Blass, 2000). Como regla general, las tasas de conformidad son más altas en países colectivistas y en épocas de mayor conformidad, como la década de 1950 (Bond y Smith, 1996).

En Japón, un país colectivista, los observadores occidentales se sorprendieron de la ausencia de saqueo e ilegalidad después del terremoto y tsunami de 2011; prevaleció el respeto a las normas sociales (Cafferty, 2011). En los países individualistas, los estudiantes universitarios tienen más probabilidades de considerarse menos conformistas que los demás en sus compras de consumo y perspectivas políticas; es decir, se ven como individuos en medio del rebaño de

borregos (Pronin et al., 2007). Los participantes estadounidenses creían que los niños que se conformaban eran menos inteligentes, en tanto que los oriundos de las Islas del Pacífico pensaban que los niños conformistas eran más inteligentes (Clegg et al., 2017).

Es posible que exista cierta sabiduría biológica en las diferencias culturales en cuanto a la conformidad. Aunque la ausencia de conformidad apoya la solución creativa de problemas, los grupos prosperan cuando coordinan sus respuestas ante las amenazas. En consecuencia, señalan Damian Murray y sus colaboradores (2011), los países con alto riesgo de enfermedades como la malaria, tifus y tuberculosis tienden a tener culturas con altos niveles de conformidad, en tanto que aquellos con bajo riesgo de enfermedades promueven una menor conformidad y, por ende, alientan la innovación y las nuevas ideas en ciencia, tecnología y negocios (Murray, 2014). De modo similar, la gente que vive en estados de Estados Unidos donde hay una prevalencia mayor de patógenos tienen menos probabilidades de votar por candidatos de un tercer partido: una acción no conformista (Varnum, 2013). Los investigadores informan que la conformidad respalda las normas sociales en cuanto a preparación de alimentos, higiene, salud pública y contacto con personas desconocidas. Al pensar que los patógenos pueden causar de hecho la conformidad se observó que los estudiantes asignados de manera aleatoria a grupos que veían imágenes relacionadas con patógenos o que hablaban de una época en que sintieron vulnerables a los microbios presentaron una mayor probabilidad de conformarse a las perspectivas mayoritarias que aquellos que vieron imágenes de accidentes o que hablaron de una amenaza a su seguridad física (Murray y Schaller, 2012; Wu y Chang, 2012). Cuando pensamos en la posibilidad de enfermarnos, adoptamos la seguridad percibida de encajar con el grupo.

Clase social como influencia cultural: las personas que provienen de origen proletario tienen mayor probabilidad de preferir ajustarse al grupo, en tanto que los que provienen de familias de clase media tienen mayor probabilidad de tener el deseo de destacar.
©Dwight Smith/Shutterstock

También existen diferencias culturales dentro de las clases sociales. Por ejemplo, en cinco estudios, Nicole Stephens y sus colaboradores (2007) encontraron que las personas de clase obrera tendían a preferir la semejanza con los demás, en tanto que las personas de clase media preferían de manera más enérgica verse a sí mismos como únicos. En uno de los experimentos de esta investigadora, la gente eligió un bolígrafo entre cinco bolígrafos verdes y anaranjados (con tres o cuatro de un color). De los estudiantes universitarios provenientes de clase obrera, 72% eligieron el de color mayoritario, en comparación con solo 44% de aquellos con antecedentes de clase media. Los individuos de clase obrera también llegaron a sentir mayor agrado por el bolígrafo que eligieron después de que alguien más eligió el mismo color. Respondieron de manera más positiva a un amigo que compraba a sabiendas el mismo automóvil que ellos. Y también tuvieron mayores probabilidades de preferir imágenes visuales que sabían que otros habían elegido.

ROLES SOCIALES

El mundo es un escenario.
Hombres y mujeres son meros actores;
entrando y saliendo de escena,
y en su vida, un hombre representa múltiples papeles.
—William Shakespeare

Los teóricos de los roles han supuesto, como lo hizo el personaje de Jaques en la obra *Como gustéis* de William Shakespeare, que la vida social se parece mucho a actuar sobre un escenario teatral. Los roles sociales conceden cierta libertad de interpretación a quienes los actúan, pero algunos aspectos de cualquier rol *deben* representarse. Un estudiante debe presentarse por lo menos a sus exámenes, entregar trabajos y conservar algún promedio mínimo de calificaciones.

Cuando solo unas cuantas normas se asocian con una categoría social (por ejemplo, quienes suben por una escalera eléctrica deben permanecer a la derecha y caminar por la izquierda), no consideramos que la posición sea un rol social. Se requiere de un conjunto completo de normas para definir un rol. Mis roles [DM] como catedrático o como padre me impulsan a seguir todo un conjunto de normas. Aunque es posible que adquiera mi imagen particular violando las normas menos importantes (al valorar la eficiencia, rara vez llego temprano a ninguna parte), violar las normas más importantes de mi rol (no presentarme a clase, maltratar a mis hijos) podría haber conducido a mi despido o a que me quitaran a mis hijos.

Los roles tienen efectos poderosos. En una primera cita amorosa o en un nuevo empleo, es posible que actúe su rol con timidez. A medida que internaliza el rol, su cohibición se reduce. Lo que se sentía incómodo se vuelve genuino.

"Gran Espíritu, concédeme que no critique a mi prójimo hasta haber caminado durante una luna en sus mocasines".

—Oración nativa americana.

Esa es la experiencia de muchos inmigrantes, trabajadores del Cuerpo de Paz, y estudiantes y ejecutivos extranjeros. Después de llegar a un nuevo país, toma tiempo aprender cómo hablar y actuar de manera correcta en el nuevo contexto; es decir, conformarse, como me pasó [DM] con los alemanes que golpeaban con los nudillos en sus mesas. Y la experiencia casi universal de los repatriados que regresan a su país de origen es la angustia del reingreso (Sussman, 2000). El proceso de conformarse modificará nuestro comportamiento, valores e identidad para adaptarse a un nuevo lugar de formas de las que quizá no tengamos conciencia, y uno debe reconformarse a los roles anteriores antes de poder recuperar la sincronía.

Como vimos antes en este capítulo, nuestras acciones dependen no solo del poder de la situación, sino también de nuestras personalidades. No todo el mundo responde del mismo modo a la presión a la conformidad. Sin embargo, hemos visto que las situaciones sociales pueden impulsar a las personas más normales a comportarse de maneras anormales. Esto es evidente en aquellos experimentos que colocan a personas bien intencionadas en malas situaciones para ver si prevalece el bien o el mal. A un grado que provoca consternación, el mal gana. La gente decente no siempre termina siendo decente.

La interpretación de rol (*role playing*) también puede ser una fuerza positiva. Al representar intencionalmente un nuevo rol y conformarse a sus expectativas, a veces las personas se cambian a sí mismas o empatizan con personas cuyos roles difieren de los suyos.

A menudo, los roles vienen en pares definidos por una relación: padre e hijo, maestro y alumno, médico y paciente, empleador y empleado, y la inversión de roles puede ayudar a cada uno a entender al otro. En consecuencia, un negociador o un líder grupal puede crear una mejor comunicación pidiendo que ambas partes inviertan sus roles, donde cada uno defienda la postura del otro. O a cada una de las partes se le puede pedir que vuelva a expresar el punto de la otra parte (a satisfacción de esta) antes de responder. La siguiente vez que tenga una discusión difícil con un amigo o uno de sus padres, intente volver a enunciar las percepciones y sentimientos de la otra persona antes de proseguir con los suyos. Esta conformidad intencional y temporal puede reparar su relación.

Cambiar de una cultura a otra, por ejemplo, al pasar de un ambiente rural a uno urbano, muestra la forma en que los roles sociales con los que nos conformamos dependen de la cultura que nos rodea.
©Diego Cervo/Shutterstock

Hasta este punto del capítulo, hemos discutido los estudios clásicos de la conformidad y la obediencia, identificamos los factores que predicen la conformidad y consideramos quién se conforma y por qué. Recuerde que nuestra búsqueda primordial en la psicología social no es catalogar las diferencias, sino identificar los principios universales del comportamiento.

Los roles sociales siempre variarán según la cultura, pero los procesos a través de los cuales influyen los roles en la conducta varían mucho menos. La gente en Nigeria y Japón define de forma diferente los roles de los adolescentes a como lo hacen las personas en Europa y Norteamérica, pero en todas las culturas, las expectativas de rol guían la conformidad que encontramos en las relaciones sociales.

EN RESUMEN: ¿Quién se conforma?

- Las personas que buscan complacer a los demás y que se sienten cómodas siguiendo las reglas sociales (aquellos muy amables y responsables) tienen más probabilidades de conformarse.
- Aunque la conformidad y la obediencia son universales, las diferentes culturas socializan a la gente para que responda más o menos en un sentido social.
- Los roles sociales implican un cierto grado de conformidad y conformarse a las expectativas es una tarea importante para adquirir un nuevo rol social.

¿ALGUNA VEZ QUERRÍAMOS SER DIFERENTES?

Explique qué puede motivar a la gente a resistirse en forma activa a la presión social: al hacer Z cuando se le presiona a hacer A.

Este capítulo enfatiza el poder de las fuerzas sociales. En consecuencia, es adecuado que concluyamos recordándonos de nuevo el poder de la persona. No somos simples bolas de billar que se mueven cuando las impulsan. Podemos actuar de acuerdo con nuestros valores, independientemente de las fuerzas que nos empujan. Saber que alguien intenta forzarnos, incluso puede impulsarnos a reaccionar en dirección *opuesta*.

"Hacer justo lo contrario también es una forma de imitación".

—Lichtenberg, *Aforismos*, 1764-1799

REACTANCIA

Los individuos valoran su sentido de libertad y autosuficiencia. Cuando la presión social descarada amenaza su sentido de libertad, a menudo se rebelan. Piense en Romero y Julieta, cuyo amor se intensificó por la oposición de sus familias. O piense en los niños que afirman su libertad e independencia al hacer lo contrario que les piden sus padres. En consecuencia, los padres conocedores les ofrecen opciones limitadas a sus hijos en lugar de darles órdenes: "Es hora de bañarse: ¿quieres meterte a la tina o a la regadera?".

reactancia
Un motivo para proteger o restaurar el propio sentido de libertad. La reactancia surge cuando alguien amenaza nuestra libertad de acción.

La teoría de la **reactancia** psicológica (con la que las personas protegen su sentido de libertad) tiene el apoyo de experimentos que muestran que los intentos por restringir la libertad de las personas con frecuencia provocan un "efecto de búmeran" contra la conformidad (Brehm y Brehm, 1981; Nail et al., 2000; Rains, 2013). Podría ser que tratar de llegar a los jóvenes con mensajes en contra del alcohol o a los fumadores con mensajes contra el tabaco no funcione: las personas con el mayor riesgo a menudo son los que tienen menos probabilidad de responder a programas diseñados para protegerlos, quizá debido a su reactancia (Noguchi et al., 2007; Wehbe et al., 2017).

La reactancia también podría explicar por qué a la gente le resulta tan difícil comer de manera correcta y ejercitarse. Como explica Seppo Iso-Ahola (2013), "el ejercicio se ha vuelto una actividad que 'debe' o 'debería de' realizarse y que despierta una confrontación entre la actividad de acondicionamiento físico

Tenemos más probabilidades de comer sano cuando otros lo hacen (influencia normativa), pero no cuando nos sermonean sobre lo sano que esto es (reactancia).
©michaeljung/123RF

y la libertad" (p. 100). Cuando a los adolescentes se les dijo que otras personas pensaban que comer fruta era sano, dijeron que pretendían comer menos fruta. Pero cuando se enteraron de que la mayoría de los demás adolescentes hacían el esfuerzo de comer suficiente fruta, comieron más fruta en los siguientes dos días (Stok et al., 2014). Debido a que sabemos que deberíamos hacer algo que es sano, se vuelve difícil realizarlo sin sentir que nuestra libertad se ve comprometida. Si sabemos que otros lo hacen (de nuevo, por la influencia normativa) tenemos más probabilidades de hacerlo, debido a los principios de la conformidad. La lección parece ser la siguiente: haz lo que yo hago, no lo que te digo que es correcto.

AFIRMACIÓN DE LA SINGULARIDAD

Cuando los tatuajes corporales lleguen a percibirse como conducta de la manada, exhibiendo conformidad en lugar de individualidad, ¿disminuirá su popularidad?

Imagine un mundo de conformidad absoluta, donde no hubiera diferencias entre la gente. ¿Tal mundo sería un lugar feliz? Si la inconformidad causa incomodidad, ¿la semejanza crearía comodidad?

La gente se siente incómoda cuando es demasiado diferente de los demás. Pero, en especial en las culturas occidentales individualistas, también se siente incómoda cuando es exactamente igual que todos los demás. Eso podría deberse a que la no conformidad se asocia con estatus elevado. "Conozco a varios clientes exitosísimos de Silicon Valley que se visten con jeans rotos, tenis Vans y camisetas —escribió el asesor empresarial Tom Searcy en *CBS Moneywatch* (2011)—. Tienen cientos de millones de dólares, o incluso más, pero es un símbolo de estatus vestirse como indigentes para asistir a las juntas de negocios". En una serie de experimentos, Silvia Bellezza y sus colaboradores (2014) encontraron que las personas que se visten de manera no conformista (como con un par de tenis rojos) eran percibidos por otros como más altos en estatus. Y si alguien copia nuestra vestimenta u otros aspectos de nuestra presentación personal, es probable que nos enojemos con el copión (Reysen et al., 2012), en especial si los consideramos como parte de un grupo externo. En un experimento de campo, muchos estudiantes dejaron de llevar las pulseras "Livestrong" cuando los cerebritos empezaron a usarlas (Berger y Heath, 2008). De la misma manera, los británicos ricos dejaron de llevar gorras Burberry después de que se volvieron populares entre los *hooligans* del fútbol (Clevstrom y Passariello, 2006).

"Cuando estoy en Estados Unidos, no tengo duda de que soy judío, pero tengo fuertes dudas de si soy en verdad estadounidense. Y cuando llego a Israel, sé que soy estadounidense, pero tengo fuertes dudas de si soy judío".

—Leslie Fiedler, *Fiedler on the Roof*, 1991

En general, las personas se sienten mejor cuando se consideran moderadamente únicas y actúan de modos que afirman su individualidad. Por ejemplo, en un estudio, los estudiantes creían que su nombre era menos común de lo que pensaban sus compañeros. En apariencia, las personas con nombres comunes querían creer que sus nombres —y por ende, ellos— eran más originales. Además, los estudiantes que pensaban en cambiar sus nombres a menudo elegían nombres menos comunes (Kulig, 2012). En un experimento, Snyder (1980) les hizo creer a los estudiantes de la Universidad Purdue que sus 10 actitudes más importantes eran diferentes o casi idénticas a las de otros 10 000 estudiantes. Cuando más adelante participaron en un experimento de conformidad, aquellos a los que se privó de su sensación de singularidad tuvieron mayor probabilidad de afirmar su individualidad a través de no conformarse. En general, los individuos que tienen mayor necesidad de singularidad tienden a exhibir menor conformidad (Imhoff y Erb, 2009).

Afirmar nuestra singularidad. Aunque no deseamos desviarnos en gran medida, la mayoría de nosotros expresamos nuestra peculiaridad a través de nuestros estilos y vestimenta personales.
©Image Source, derechos reservados.

Tanto la influencia social como el deseo de la singularidad se manifiestan en los nombres populares de los bebés. La gente que busca nombres menos comunes a menudo llega a las mismas conclusiones al mismo tiempo. En 2016, entre los 10 nombres principales para niñas en Estados Unidos estuvieron Emma (#1), Ava (#3) y Mia (#6). Aquellos que en la década de 1960 se separaron de la multitud nombrando a sus bebés Rebecca pronto descubrieron que su elección formaba parte de una nueva multitud, señala Peggy Orenstein (2003). Hillary, un nombre popular a final del decenio de 1980 y principios del de 1990, se volvió en apariencia menos original y menos frecuente (incluso entre sus admiradores) después de que Hillary Clinton se volvió famosa. Orenstein señala que, aunque la popularidad de tales nombres va desapareciendo, puede resurgir con generaciones futuras. Max, Rose y Sophie quizá suene como la alineación de habitantes de una casa de retiro, o de una primaria. Estas tendencias parecen estar impulsadas por una necesidad inconformista. En un estudio extenso sobre los

nombres en Estados Unidos y Francia, cuando los nombres se volvían populares con rapidez, también iban perdiendo popularidad con mayor velocidad, quizá porque se les veía como modas (Berger y Le Mens, 2009).

Considerarse a uno mismo como único también aparece en los "autoconceptos espontáneos" de la gente. William McGuire y sus colegas en la Universidad Yale (McGuire et al., 1979; McGuire y Padawer-Singer, 1978) invitaron a niños a que les hablaran de sí mismos. En respuesta, los niños mencionaron principalmente sus atributos distintivos. Los niños nacidos en el extranjero tenían mayor probabilidad que los demás de mencionar su sitio de nacimiento. Los pelirrojos tuvieron mayor probabilidad que los niños de pelo negro o castaño de hablar de su color de cabello. Los niños delgados y con sobrepeso tuvieron mayor probabilidad de señalar su peso corporal. Y los niños minoritarios tuvieron mayor probabilidad de señalar más su raza.

De la misma manera, adquirimos una conciencia más profunda de nuestro género cuando estamos con personas del otro género (Cota y Dion, 1986). Cuando asistí [DM] a una reunión de la American Psychological Association con otras 10 personas (todas mujeres) de inmediato me concienticé de mi género. Al tomar un receso al final del segundo día, bromeé que la fila debería ser más corta en los baños de hombres, provocando que la mujer sentada a mi lado se diera cuenta de algo que no había cruzado por su mente: la composición de género del grupo.

"La conciencia de uno mismo, el reconocimiento de un ser acerca de sí mismo como un 'yo' [no puede] existir excepto en contraste con un 'otro', un algo que no es él mismo".

—C. S. Lewis, *El problema del dolor*, 1940

McGuire dice que el principio es que "uno adquiere conciencia de sí mismo en la medida, y en los sentidos en, que uno es diferente". Por ende, "si soy una mujer negra en un grupo de mujeres blancas, tiendo a sentirme como negra; si paso a un grupo de hombres negros, mi raza pierde prominencia y adquiero más conciencia de ser mujer" (McGuire et al., 1978). Este discernimiento nos ayuda a entender por qué la gente blanca que crece entre personas no blancas tiende a tener una fuerte identidad blanca, por qué las personas gay pueden tener más conciencia de su identidad sexual que los heterosexuales y por qué cualquier grupo minoritario tiende a ser más consciente de sus características distintivas y de cómo se relaciona con eso la cultura circundante (Knowles y Peng, 2005). Los estadounidenses de origen asiático tienen menos conciencia de su identidad étnica si viven en Hawái, donde son mayoría, y más conciencia si viven en otros sitios de Estados Unidos (Xu et al., 2014). El grupo mayoritario, al tener menos conciencia de la raza, quizá considere que el grupo minoritario es hipersensible. Cuando viví en Escocia [DM], donde mi acento estadounidense me destacaba como extranjero, fui consciente de mi identidad nacional y me volví sensible a la reacción de los demás hacia mí.

Cuando personas de dos culturas son casi idénticas, de todos modos notarán sus diferencias, por pequeñas que sean. Incluso las distinciones triviales pueden provocar la burla y el conflicto. Jonathan Swift satirizó el fenómeno en *Los viajes de Gulliver* con la historia de la batalla entre "estrecho extremistas" y "ancho extremistas" que peleaban porque los primeros preferían cascar los huevos por el extremo angosto, en tanto que los segundos preferían el lado más amplio. A escala mundial, es posible que las diferencias no sean tan grandes entre sunitas y chiítas, pero cualquiera que lea las noticias sabe que estas pequeñas diferencias han conducido a grandes conflictos. A menudo, la rivalidad es más intensa cuando el otro grupo se asemeja bastante al propio. Así que, aunque no nos gusta desviarnos mucho, de manera irónica todos nos parecemos en nuestro deseo de distinguirnos y de notar en qué somos diferentes (al pensar que usted es diferente, se parece a todos los demás). Pero como deja claro el sesgo en beneficio propio, no se trata solo de buscar cualquier tipo de característica distintiva, sino aquella que va en dirección correcta. Nuestra búsqueda no se trata solo de ser diferentes del promedio, sino *mejores* que el promedio.

EN RESUMEN: ¿Alguna vez querríamos ser diferentes?

- El hincapié de la psicología social en el poder de la presión social debe acompañarse del énfasis complementario en el poder de la persona. No somos marionetas. Cuando la coacción social se vuelve descarada, es frecuente que las personas experimenten reactancia: una motivación a desafiar la coacción para mantener su sentido de libertad.
- No nos sentimos cómodos con ser demasiado diferentes de un grupo, pero tampoco queremos parecer iguales a todos los demás. Por ende, actuamos de modos que preservan nuestro sentido de singularidad e individualidad. En un grupo, tenemos más conciencia de cómo diferimos de los demás.

POSDATA:
Acerca de ser un individuo dentro de una comunidad

Dedícate a lo tuyo. Cuestiona a la autoridad. Si te hace sentir bien, hazlo. Busca tu propia felicidad. No te conformes. Piensa por ti mismo. Se fiel a ti mismo. Te lo debes.

Escuchamos frases como estas una y otra vez si vivimos en un país individualista, como los de Europa occidental, Australia, Nueva Zelanda, Canadá o, en especial, Estados Unidos. Nuestros héroes culturales míticos, desde Sherlock Holmes hasta Luke Skywalkwer, a menudo se enfrentan con las reglas institucionales. Los individualistas suponen el predominio de los derechos individuales y celebran a aquel que se enfrenta al grupo.

En 1831, el escritor francés, Alexis de Tocqueville, acuñó el término "individualismo" después de viajar por Estados Unidos. Señaló que los individualistas no le deben a nadie "ninguna cosa y difícilmente esperan algo de cualquier otra persona. Forman el hábito de pensar sobre sí mismos como si estuvieran aislados e imaginan que todo su destino está en sus manos". El psicólogo Carl Rogers (1985) coincidió: "Lo único que importa es: '¿Estoy viviendo de un modo que sea plenamente satisfactorio para mí y en el que en verdad me exprese?'".

Difícilmente es la única pregunta que le importa a la gente de muchas otras culturas, incluyendo aquellas en Asia, América del Sur y la mayoría de África. En los sitios donde la comunidad se valora, la conformidad se acepta. Para conservar la armonía, se evita la confrontación y la discrepancia. "La uña que se levanta consigue un golpe", dicen los japoneses. Los sudafricanos tienen una palabra que expresa la conexión humana. Según explicaba Desmond Tutu (1999), Ubuntu transmite la idea de que "mi humanidad está atrapada, está enlazada de manera inextricable, con la tuya". *Umuntu ngumuntu ngbantu*, dice la máxima zulú: "Una persona es una persona a través de otras personas".

Amitai Etzioni (1993), ex presidente de la American Sociological Association, nos insta a un individualismo comunitario que equilibre nuestro individualismo no conformista con un espíritu de comunidad. Su compañero, el sociólogo Robert Bellah (1995/1996) coincide: "El comunitarismo se basa en el valor de la naturaleza sagrada del individuo —explica. Pero también —afirma el valor central de la solidaridad... que nos volvemos lo que somos a través de nuestras relaciones".

Como occidentales de diversas naciones, la mayoría de los lectores de este libro disfrutan de los beneficios del individualismo inconformista. Los comunitarios nos recuerdan que también somos seres sociales que tienen una necesidad básica de pertenencia. La conformidad no es del todo mala ni del todo buena. Por consecuencia, haríamos bien en equilibrar nuestro "yo" con nuestro "nosotros", nuestra necesidad de independencia y apego, nuestra individualidad y nuestra identidad social.

Persuasión

CAPÍTULO 7

©Heidi Besen/Shutterstock

"Aceptar y seguir doctrinas viejas o propaganda nueva es una debilidad que sigue dominando a la mente humana".

—Charlotte Perkins Gilman, *Human Work,* 1904

"Recordad que cambiar de parecer y seguir a aquel que os corrige es ser, a pesar de ello, agente libre".

—Marcus Aurelius Antoninus, *Meditaciones,* VIII. 16, 121-180

Muchos de los poderes de la vida nos pueden ser de utilidad o bien dañarnos. El poder que brinda la energía nuclear permite que iluminemos hogares o que eliminemos ciudades. La energía sexual nos ayuda a expresar el amor comprometido o buscar la gratificación egoísta. De manera similar, el poder de la **persuasión** nos permite promover la salud o incitar la adicción, impulsar la paz o despertar el odio, iluminar o engañar. Y estos son poderes enormes. Considere lo siguiente:

- *La difusión de creencias falsas*: alrededor de uno de cada cuatro estadounidenses y uno de cada tres europeos cree que el Sol da vuelta alrededor de la Tierra (Grossman, 2014). Otros niegan que hayan sucedido el alunizaje o el Holocausto. En 2016, un hombre creyó la afirmación falsa de que una pizzería de Washington DC era el centro de una red de pedófilos e irrumpió en el restaurante disparando. Al hombre se le sentenció a cuatro años de prisión por el delito (Bendix, 2017).

¿Qué caminos conducen a la persuasión?

¿Cuáles son los elementos de la persuasión?

¿Cómo se puede resistir a la persuasión?

Posdata: Ser abierto, pero no ingenuo

persuasión
Proceso mediante el cual un mensaje induce un cambio de creencias, actitudes o comportamientos.

- *Actitudes en torno a la igualdad*: en un lapso de 50 años, Estados Unidos pasó de ser un país en el que se pedía a los ciudadanos negros que se sentaran en la parte posterior del camión a uno que eligió a un presidente afrodescendiente en dos ocasiones. En menos de 30 años, Estados Unidos, un país en el que solo 12% de los adultos creía que dos personas del mismo sexo deberían poder casarse se transformó en una nación en la que 59% apoya el matrimonio entre personas homosexuales (NORC, 2017). Las campañas de derechos civiles, las historias noticiosas y las presentaciones mediáticas positivas de las minorías raciales y de individuos LGBT fueron persuasores poderosos.
- *Escepticismo del cambio climático*: la comunidad científica, representada por diversas academias nacionales de ciencias y por el Intergovernmental Panel on Climate Change se encuentran en un consenso virtual en cuanto a tres hechos: (1) los gases de invernadero atmosféricos se están acumulando, (2) el aumento de temperaturas y la disminución del hielo marítimo confirman el calentamiento global, y (3) este cambio climático casi con seguridad ocasionará el aumento de los niveles de los océanos y un clima más extremo, incluyendo récords en inundaciones, tornados, sequías y altas temperaturas. Sin embargo, en 2014, el *escepticismo climático* hacía que 60% de los estadounidenses creyera que los reportes de estos aumentos eran "por lo general exagerados" (Dugan, 2014). Los investigadores se preguntaban: ¿cuál es la razón por la que el consenso científico no esté logrando persuadir a las personas y motivar acciones? ¿Y qué podría hacerse? Sus esfuerzos de persuasión empezaron a rendir frutos: para 2017, 45% de los estadounidenses indicaba que "se preocupaban de manera considerable" por el calentamiento global, un aumento de 25% respecto de 2011 (Saad, 2017; y véase la **figura 7.1**).
- *Promoción de una vida más saludable*: en parte a causa de campañas de promoción de la salud, los Centers for Disease Control and Prevention (CDC) informan que solo 15% de los estadounidenses fuma cigarrillos, la mitad de la proporción de hace 40 años. *Statistics Canada* informa una disminución similar en tabaquismo. Menos estudiantes del último año de educación media superior beben alcohol, pues mientras en el año 2000 solo 21% jamás había bebido alcohol, en 2016, la cifra asciende a 39% (Twenge y Park, 2018).

"El discurso tiene poder. Las palabras no se desvanecen. Lo que empieza como sonido termina como acción".

—Rabbi Abraham Heschel (1907-1972)

Como lo muestran estos ejemplos, los esfuerzos de persuasión a veces son malignos, a veces polémicos y a veces benéficos. La persuasión no es en sí misma buena o mala. A la mala, la llamamos "propaganda". A la buena, la llamamos "educación". La segunda tiene más bases fácticas y es menos coercitiva que la primera. Sin embargo, es común que la llamemos "educación" cuando creemos en ella y "propaganda" cuando no es así (Lumsden et al., 1987).

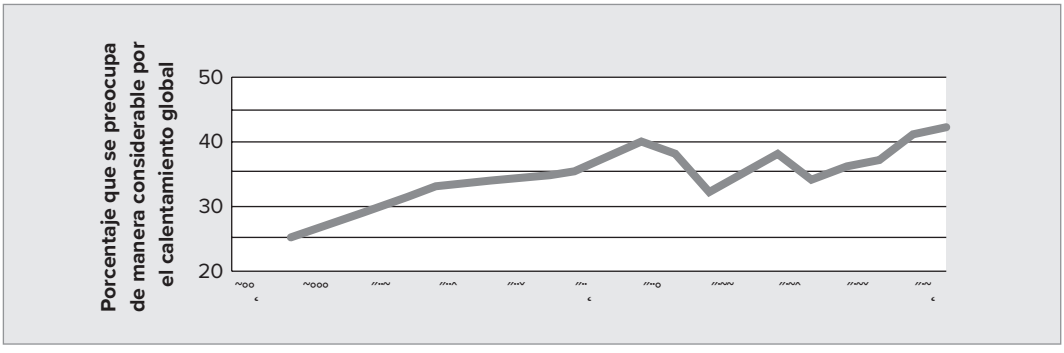


FIGURA 7.1

Temor al cambio climático entre estadounidenses, 1997 a 2017.
(Datos de Gallup informados por Saad, 2017).

La persuasión, ya sea que se trate de educación o propaganda, está por todas partes; en el corazón de la política, *marketing*, citas, crianza infantil, negociación, religión y toma de decisiones en los tribunales. Por ello los psicólogos sociales buscan comprender lo que lleva al cambio eficaz y perdurable. ¿Qué factores afectan a la persuasión? ¿De qué modo podemos "educar" a los demás de manera más eficaz como persuasores?

Imagine que usted es un ejecutivo de *marketing* o publicidad. O imagine que es un predicador que está tratando de aumentar el amor y la caridad entre sus feligreses. O quizá está tratando de reducir el cambio climático, alentar el uso de la leche materna o haciendo campaña por un candidato político. ¿Qué puede hacer para que usted y su mensaje sean persuasivos? Y si es cauteloso por el hecho de que influyan en usted, ¿a qué tácticas debe estar atento?

Para responder a estas preguntas, los psicólogos sociales suelen estudiar la persuasión de la manera en que algunos geólogos lo hacen con la erosión: a través de la observación de los efectos de diversos factores en experimentos breves y controlados.

La persuasión está por doquier. Cuando las personas la aprueban, es posible que se le denomine "educación".
©Mick Sinclair/Alamy Stock Photo

"Los anuncios, por definición, son propaganda. Estamos en el negocio de la persuasión, en el negocio de la propaganda".

—Un ejecutivo del *staff* de uno de los candidatos a la presidencia de Estados Unidos en 2011 (citado por Edsall, 2011).

"Un fanático es una persona que no puede cambiar de parecer y que no quiere cambiar de tema".

—Atribuido a Winston Churchill (1874-1965)

¿QUÉ CAMINOS CONDUCEN A LA PERSUASIÓN?

Identifique dos caminos que llevan a la persuasión. Describa el tipo de procesamiento cognitivo implícito en cada uno, así como sus efectos.

La persuasión implica sortear diversos obstáculos (**figura 7.2**). Cualquier factor que ayude a las personas a sortear los obstáculos frente a la persuasión, la aumentará. Por ejemplo, si una fuente atractiva incrementa la atención que se preste al mensaje, este tendrá más posibilidades de persuadir.

LA RUTA CENTRAL

Richard Petty y John Cacioppo (1986; Petty et al., 2009), y Alice Eagly y Shelly Chaiken (1993, 1998) llevaron esto un paso más allá. Teorizaron que es probable que la persuasión se dé a través de uno de dos caminos. Cuando las personas están motivadas y son capaces de pensar acerca de un tema, es probable que tomen la **ruta central de la persuasión**: que se centren en los argumentos. Si esos argumentos son poderosos y convincentes, es probable que se dé la persuasión. Si el mensaje solo ofrece argumentos débiles, las personas reflexivas notarán que los argumentos no son muy sustanciales y presentarán contraargumentos.

ruta central de la persuasión
Sucede cuando las personas interesadas se centran en los argumentos y responden con pensamientos favorables.

LA RUTA PERIFÉRICA

No obstante, cuando no estamos motivados o no podemos reflexionar con cuidado, la fuerza de los argumentos podría carecer de importancia. Si estamos distraídos, poco involucrados o solo ocupados, es posible que no nos tomemos el tiempo para reflexionar acerca del contenido del mensaje. En lugar de analizar si el argumento es convincente, existe la posibilidad de que sigamos la **ruta periférica a la persuasión** y que nos centremos en señales que detonen una aceptación automática sin gran reflexión. En estas situaciones, de fácil comprensión, las afirmaciones familiares son más persuasivas que las afirmaciones novedosas con el mismo significado. Por ende, para las personas poco involucradas o distraídas, "No pongas todos tus huevos en una sola canasta" tendrá más impacto que "No lo arriesgues todo en una única empresa" (Howard, 1997).

ruta periférica a la persuasión
Sucede cuando las personas se ven influidas por señales incidentales, como el atractivo del orador.

Los publicistas inteligentes adaptan los anuncios al modo de pensamiento de sus consumidores, y lo hacen con buena razón. Gran parte de la conducta de consumo, como las decisiones espontáneas de comprar helado de una marca en particular, se hacen sin pensar (Dijksterhuis et al., 2005). Usar música ambiental alemana en una tienda podría llevar a los clientes a comprar vinos

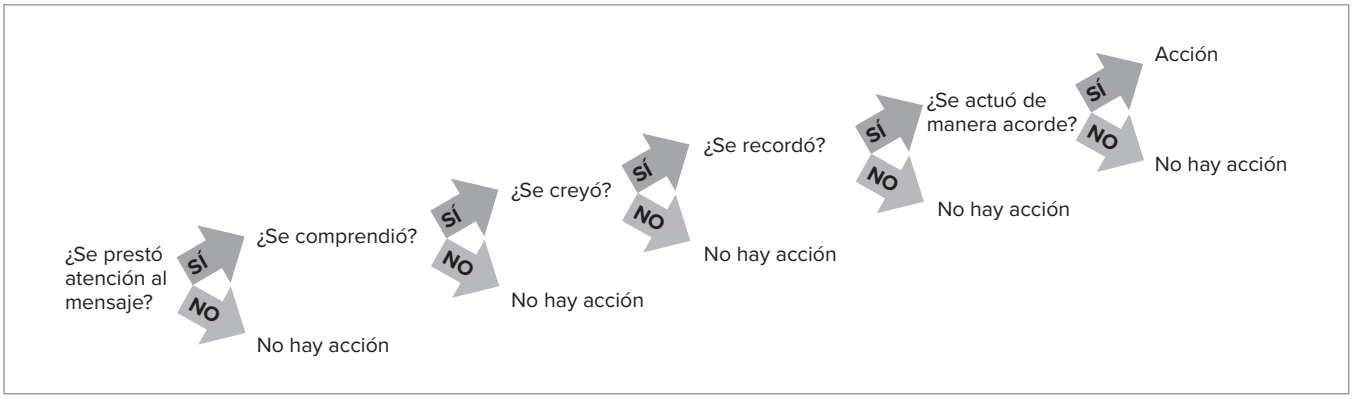


FIGURA 7.2

Los obstáculos del proceso de persuasión

A fin de suscitar una acción, un mensaje persuasivo debe sortear diversos obstáculos. Sin embargo, lo esencial no es recordar el mensaje mismo, sino recordar los propios pensamientos en respuesta a este.

Fuente: Adaptado de McGuire, W. J. (1978).

"Toda propaganda eficaz debe limitarse solo a unos cuantos aspectos y debe insistir en ellos por medio de eslóganes, hasta que los comprenda el último miembro del público".

—Adolf Hitler, *Mi lucha,* 1926

alemanes, mientras que aquellos que escuchen música francesa tal vez querrán llevarse una botella de vino francés (North et al., 1997). Los anuncios espectaculares y los comerciales de televisión (medios que los consumidores pueden atender solo por breves periodos) a menudo utilizan la ruta periférica, con imágenes visuales como señales periféricas. En lugar de ofrecer argumentos a favor del tabaquismo, los anuncios para cigarros asocian su producto con imágenes de belleza y placer. Lo mismo sucede en el caso de los anuncios de refrescos que declaran que "Estados Unidos es bello" con imágenes de personas felices que llevan a cabo actividades divertidas al aire libre. Por el contrario, los anuncios de medicamentos de prescripción en revistas (que los consumidores interesados y lógicos examinarán durante cierto tiempo) rara vez incluyen estrellas de Hollywood o importantes atletas. En lugar de ello, les ofrecen a los consumidores información detallada acerca de sus beneficios y efectos secundarios.

Estas dos rutas de la persuasión, una explícita y reflexiva, la otra más implícita y automática, fueron las precursoras de los modelos actuales de "procesamiento dual" de la mente humana. El procesamiento de ruta central con frecuencia cambia actitudes explícitas. El proceso de ruta periférica acumula actitudes implícitas de manera más lenta a través de asociaciones repetidas entre una actitud y una emoción (Jones et al., 2009; Petty y Briñol, 2008; Walther et al., 2011).

Procesamiento de ruta periférica. La "colocación de productos" en la televisión y en las películas pretende influir en las actitudes implícitas.

©Featureflash Photo Agency/Shutterstock

DIFERENTES CAMINOS PARA DISTINTOS PROPÓSITOS

El objetivo final del publicista, el predicador e, incluso, el maestro no es solo hacer que las personas le presten atención al mensaje y sigan adelante. Por lo regular, la meta es el cambio conductual (comprar un producto, amar al prójimo o estudiar de manera más eficaz). ¿Es probable que ambas rutas de la persuasión alcancen tal meta? Petty y colaboradores (1995, 2009) señalan que el procesamiento de ruta central puede conducir a un cambio más perdurable que el de la ruta periférica. Cuando las personas razonan con cuidado, dependen no solo de la fortaleza del llamado persuasivo, sino también de sus propios pensamientos en respuesta a este. No es tanto que los argumentos sean persuasivos como la forma en que logran que las personas piensen. Y cuando las personas reflexionan a profundidad, más que de manera superficial, cualquier cambio de actitud tendrá mayores probabilidades de persistir, resistir críticas e influir en el comportamiento (Petty et al., 1995, 2009; Verplanken, 1991).

Ninguno de nosotros tiene el tiempo suficiente para analizar cada tema a detalle. Es frecuente que tomemos la ruta periférica usando una

heurística sencilla y práctica, tal como "confía en los expertos" o "los mensajes largos son creíbles" (Chaiken y Maheswaran, 1994). En alguna ocasión, los residentes de mi comunidad [DM] votaron acerca de un tema complicado que tenía que ver con la posesión legal del hospital local. No tuve el tiempo ni el interés de estudiar el asunto por mí mismo (tenía que escribir el presente texto), pero noté que todos los que apoyaban el referéndum eran personas que, o bien me agradaban o que yo consideraba expertas. Así que utilicé una sencilla heurística (puedes confiar en tus amigos y en los expertos) y voté de manera acorde. Todos emitimos juicios apresurados por medio de ese tipo de heurística: si un orador es expresivo e interesante, tiene motivos en apariencia buenos y cuenta con diversos argumentos (o mejor, si sus diferentes argumentos provienen de fuentes diversas), por lo regular tomamos la ruta periférica más sencilla y aceptamos el mensaje sin pensarlo demasiado.

En años recientes, la ruta central parece haber disminuido, casi con toda seguridad porque los publicistas se dieron cuenta de que los llamados periféricos basados en emociones son más eficaces para una amplia variedad de productos. En un estudio, los investigadores registraron las expresiones faciales de miembros del público mientras miraban comerciales de televisión recientes. Estas expresiones, en especial aquellas que indicaban felicidad, eran mejores predictores de las ventas del producto que las respuestas de los miembros del público en encuestas relacionadas con qué tan persuasivo les había parecido el comercial, lo mucho o poco que pensaban se conectaba con la marca o cómo era que el comercial comunicaba el mensaje esencial de la marca (Wood, 2012). Lo que vendía productos eran las emociones, no las razones.

Decisiones en la casilla de votación: cuando el procesamiento cuidadoso de la ruta central requiere de demasiado tiempo y esfuerzo, es posible que dependamos del procesamiento de la ruta periférica para emitir un juicio apresurado.
©Blend Images/Image Source

EN RESUMEN: ¿Qué caminos conducen a la persuasión?

- En ocasiones, la *persuasión* sucede cuando las personas se centran en los argumentos y responden con pensamientos favorables. Esta persuasión de *ruta central* o sistemática sucede cuando las personas son, por naturaleza, analíticas o están involucradas en el tema.
- Cuando los temas no implican una reflexión sistemática, la persuasión puede suceder a través de una *ruta periférica* más rápida, ya que las personas utilizan la heurística o señales incidentales para emitir juicios apresurados.
- La persuasión de ruta central, al ser más reflexiva y menos superficial, es más duradera y tiene mayores probabilidades de influir en el comportamiento.

¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DE LA PERSUASIÓN?

Describa la forma en que los factores de la persuasión afectan las probabilidades de que utilicemos la ruta central o la ruta periférica a la persuasión.

Entre los componentes de la persuasión, como la analizan los psicólogos sociales, se encuentran estos cuatro: (1) el comunicador, (2) el mensaje, (3) la forma en que se comunica el mensaje y (4) el público. En otras palabras, ¿*quién* le dice *qué* y *cómo* a *quién*?

¿QUIÉN DICE? EL COMUNICADOR

Dos gemelos idénticos devotos, Alastair y Angus, visitan Londres para escuchar las mismas palabras de un orador en su púlpito: "Vende todo lo que posees y dáselo a los pobres. Ten todo en común y distribuye cualquier ganancia entre todos, según su necesidad".

Alastair, interpretando que estas palabras provienen de la plataforma del Partido Socialista Británico, sacude la cabeza en señal de desaprobación. De manera simultánea, Angus, al comprender (de manera correcta) que las palabras provienen casi en forma textual de la Biblia,* asiente con la cabeza, en total acuerdo con dicha generosidad de espíritu.

Las reacciones de Alastair y Angus ilustran lo que los psicólogos sociales hallaron con tanta frecuencia; que no es solo el contenido del mensaje lo que afecta la respuesta del público, sino también la fuente presunta.

En un experimento, cuando algunos líderes socialistas y liberales del parlamento holandés argumentaron posturas idénticas usando las mismas palabras, cada uno fue más eficaz con los miembros de su propio partido (Wiegman, 1985). Al igual que Angus, la gente está más dispuesta a concordar con afirmaciones que hacen los líderes del partido político con el que se identifican (Verkuyten y Maliepaard, 2013). Aquellos republicanos a quienes se les dijo que Donald Trump estaba a favor de la atención médica universal tuvieron más probabilidad de apoyar la idea que cuando se les dijo que era de Barack Obama; los demócratas apoyaron con menos probabilidad este mismo punto cuando se les dijo que era idea de Donald Trump (Edwards-Levy, 2015). Lo que importa no solo es el mensaje, sino quién lo comunica. Entonces, ¿qué es lo que hace que un comunicador sea más persuasivo que otro?

credibilidad
Que puede creérsele en aquello a lo que se refiere. Un comunicador creíble se percibe como experto y confiable.

efecto de incubación
Impacto demorado que sucede cuando un mensaje, que de inicio se desacredita, se vuelve eficaz, como cuando recordamos el mensaje, pero olvidamos las razones por las que lo desacreditamos.

"Cree en un experto".

—Virgilio,
Eneida, 19 a. C.

Credibilidad

Cualquiera de nosotros pensaría que una afirmación acerca de los beneficios del ejercicio sería más creíble si proviniera de la Royal Society o de la National Academy of Sciences que si fuera de algún tabloide. Pero los efectos de la **credibilidad** de la fuente (la experiencia y confiabilidad percibidas) disminuyen después de casi un mes. Si el mensaje de una persona creíble es persuasivo, su impacto puede desvanecerse a medida que la fuente se olvida o se disocia del mensaje. Y, de manera correspondiente, el impacto de una persona no creíble puede aumentar al paso del tiempo si las personas se acuerdan más del mensaje que de las razones para desestimarlo (Kumkale y Albarracin, 2004; Pratkanis et al., 1988). Esta persuasión demorada, posterior al olvido de las personas de la fuente o de su relación con el mensaje, se denomina **efecto de incubación**.

EXPERIENCIA PERCIBIDA ¿Cómo es que uno se convierte en un "experto" autorizado? Una manera es empezar por afirmar cosas con las que el público concuerda, lo que lo hará parecer inteligente. Una de las razones por las que el "consenso científico" acerca del cambio climático no logra persuadir es que la gente considera "expertas" a aquellas personas cuyas conclusiones sustentan sus valores y perspectivas preexistentes. Los investigadores han observado este fenómeno de que "las perspectivas que congenian parecen más expertas" en temas que van desde el cambio climático a desperdicios nucleares y leyes de control de armas de fuego (Kahan et al., 2010). También ayuda que se nos perciba como *conocedores* del tema. Un mensaje relacionado con el aseo dental de parte del "Dr. James Rundle de la Asociación Dental Canadiense" será más convincente que el mismo mensaje proveniente de "Jim Rundle, estudiante local de secundaria que hizo un proyecto de higiene dental con algunos de sus compañeros de clase" (Olson y Cal, 1984). Los comunicadores famosos son más persuasivos cuando se percibe que son usuarios expertos del producto; en caso contrario, estos llamados son ineficaces (Rossiter y Smidts, 2012).

¿Este político es republicano o demócrata? Eso podría influir de manera profunda en que usted le crea.
©Hill Street Studios/Blend Images LLC/Glow Images

ESTILO DE HABLAR Otra manera de parecer creíble es *hablar de manera confiada y fluida*. Ya sea que esté presentando

*Mateo, 19:21 y Hechos 4:32

un plan de negocios o dando consejos, una persona de apariencia carismática, animosa y confiada que habla con fluidez (sin decir "este" o "emmm") con frecuencia resulta más convincente (Moore y Swift, 2011; Pentland, 2010). Los oradores que hablan con tropiezos se perciben como menos creíbles, esto conduce a que las personas cuestionen su mensaje y hace menos probable que acepten lo que él dice (Carpenter, 2012). Bonnie Erickson y colaboradores (1978) pidieron a estudiantes de la Universidad de Carolina del Norte que evaluaran el testimonio ofrecido en juicios de manera directa o de forma más dudosa y poco fluida. Por ejemplo:

Pregunta: ¿Más o menos cuánto tiempo permaneció allí antes de que llegara la ambulancia?
Respuesta: *[Directa]* Veinte minutos. El tiempo suficiente para poder ayudar a la señora David a ordenar sus asuntos. *[Dudosa]* Pues, a ver... supongo que pudieron haber pasado, este, no sé, como 20 minutos. Justo el tiempo suficiente como para ayudar a mi amiga, a la señora David, ya sabe, a que ordenara sus asuntos.

Cuando lee un artículo en línea, ¿cómo decide si creerle o no? Podría depender de si lo compartió un amigo confiable por redes sociales.
©Marc Romanelli/Blend Images LLC

Los estudiantes determinaron que el testigo más directo y elocuente era mucho más competente y creíble, lo que sugiere que los jurados pueden verse influidos por la manera en que habla un testigo y no solo por lo que dice (Kaminski y Sporer, 2018).

Por otro lado, no es bueno hablar demasiado y no escuchar. Los vendedores telefónicos que utilizan esta estrategia son menos exitosos. ¿La mejor estrategia? Un equilibrio entre hablar y escuchar (Grant, 2013).

CONFIABILIDAD PERCIBIDA Estamos más dispuestos a escuchar a un comunicador en quien confiemos. Un experimento reciente del Media Insight Project (2017) encontró que los usuarios de Facebook estaban más dispuestos a creer en los artículos compartidos por algún amigo en quien confiaban que en uno compartido por alguien en quien no confiaban. De manera sorprendente, la persona que compartía el artículo hacía una mayor diferencia que si la fuente noticiosa era la establecida y respetada Associated Press o la inventada "DailyNewsReview.com". Esto podría explicar por qué las *fake news* se propagan con tanta velocidad a través de las redes sociales.

Lo mismo sucede al evaluar productos: las personas lo preferían más si la misma descripción provenía de un grupo de protección al consumidor que si lo hacía de una empresa que lo promoviera mediante una llamada (Smith et al., 2013). Las reseñas de los productos en línea se consideran más confiables si son negativas, al menos en el caso de productos prácticos tales como cámaras fotográficas (Hong y Park, 2012; Sen y Lerman, 2007). Al parecer, estamos más dispuestos a creer en comentarios negativos honestos que en los comentarios positivos.

La confiabilidad también *tiende a aumentar si el público cree que el comunicador no está tratando de persuadirlos*. Algunos investigadores mostraron a adultos británicos artículos periodísticos falsos que sugerían que la mayoría de los científicos solo deseaba informar al público respecto al cambio climático o que la mayoría de los científicos pretendía persuadir al público y a los gobiernos para tomar medidas para detener el cambio climático. Aquellos que leyeron que los científicos solo deseaban informar al público tuvieron mayores probabilidades de afirmar que confiaban en ellos y que tomarían medidas a fin de ayudar al ambiente mediante la reducción del uso de agua o bien uniéndose a actividades ambientalistas de su comunidad (Rabinovich et al., 2012). Si desea convencer a alguien, empiece con información, no con argumentos.

Otra estrategia eficaz es hacer que alguien más comunique la experiencia que tiene. En un estudio, a los clientes que tenían tratos con una agencia de bienes raíces se les dijo, en forma verídica: "Lo voy a comunicar con Peter. Es nuestro jefe de ventas y tiene 20 años de experiencia vendiendo propiedades en esta área". En comparación con una transferencia sencilla de la llamada, 20% más clientes acudieron a reuniones en persona y 15% más decidieron utilizar esa agencia (Martin et al., 2014).

Algunos comerciales de televisión están hechos de manera evidente para hacer que el comunicador parezca tanto experto como confiable. Una empresa farmacológica quizá venda sus analgésicos usando a una persona vestida con bata de laboratorio, que declare en forma confiada que la

"Si parezco emocionado, Sr. Bolling, es solo porque sé que puedo convertirlo en un hombre muy rico".

Los persuasores eficaces saben cómo comunicar un mensaje de manera eficaz.
©Charles Barsotti. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

mayoría de los doctores recomiendan el ingrediente principal del medicamento (que no es más que aspirina). Al darles este tipo de señal periférica, es posible que las personas infieran de manera automática que el producto es especial.

Así, los comunicadores adquirirán credibilidad si parecen ser tanto expertos como confiables (Pornpitakpan, 2004). Cuando sabemos de antemano que una fuente es creíble, tenemos pensamientos más favorables en respuesta al mensaje. Si nos enteramos de la fuente *después* de que el mensaje genera pensamientos favorables, la elevada credibilidad fortalece nuestra confianza en lo que pensamos, lo que también fortalece el efecto persuasivo del mensaje (Briñol et al., 2002, 2004; Tormala et al., 2006).

¿Existe alguna manera de superar la resistencia de las personas hacia comunicadores en quienes no confían? Un estudio les informó a estudiantes que un gerente de supermercado, a quien solo le interesaba generar dinero, estaba planeando enviarles correos electrónicos y mensajes de texto. No es de sorprender que los estudiantes se resistieran a escuchar algo de una fuente tan poco confiable. Pero si después recibían 15 mensajes de texto humorísticos (por ejemplo, "Existen 10 tipos de personas que comprenden el código binario. Las que sí y las que no") sus puntos de vista negativos de la marca poco confiable desaparecían (Strick et al., 2012). El humor es una manera de superar la desconfianza.

atractivo
Contar con cualidades que agradan al público. Un comunicador atractivo (a menudo uno que se parece al público) es más persuasivo en cuestiones de preferencia subjetiva.

Los comunicadores atractivos, como David Beckham y Victoria Beckham durante el patrocinio de sus fragancias, a menudo inician la persuasión de ruta periférica. Asociamos su mensaje o su producto con nuestros sentimientos positivos hacia los comunicadores y, por ende, los aprobamos y les creemos.
©Everett Collection/Shutterstock

Algo que, de manera sorprendente, *no* mejora la persuasión es el contacto visual directo entre el comunicador y el público. Algunos estudiantes alemanes observaron videos de oradores a favor de opiniones con las que discrepaban. Se les pidió que mantuvieran la vista fija ya fuera en los ojos del orador o en su boca. Aquellos que se centraron en sus ojos tuvieron menores probabilidades de cambiar sus actitudes hacia los conferencistas. Lo mismo sucedió en un estudio correlacional: los estudiantes que eligieron mirar a los ojos de la oradora se vieron menos convencidos de sus argumentos (Chen et al., 2013).

Atractivo y agrado

La mayoría de nosotros niega que el patrocinio de atletas y entrenadores estrella nos afecte. Sabemos que las estrellas rara vez tienen conocimientos acerca de los productos que patrocinan. Además, estamos al tanto de que su intención es persuadirnos; no es que de forma accidental escuchamos a Beyoncé hablando de ropa o fragancias. Estos anuncios están basados en otra de las características de los comunicadores eficaces: el **atractivo**.

Quizá pensemos que no nos vemos influidos por el atractivo o la agradabilidad, pero las investigaciones muestran lo contrario. Es más probable que respondamos a aquellas personas que nos agradan, un fenómeno bien conocido para aquellos que organizan esfuerzos caritativos y ventas de dulces. Claro que las galletas de las chicas Scouts son deliciosas, pero muchas menos personas las comprarían si las vendieran hombres desagradables de mediana edad en lugar de niñitas adorables. Incluso una conversación fugaz con alguien es suficiente para aumentar nuestro agrado por esa persona y nuestra receptividad a su influencia (Burger et al., 2001). Nuestro agrado puede abrirnos a los argumentos del comunicador (persuasión de ruta central), o bien puede iniciar asociaciones positivas cuando vemos el producto en otra oportunidad (persuasión de ruta periférica). Como en el caso de la credibilidad, el principio de "el agrado lleva a la persuasión" sugiere diversas aplicaciones (**cuadro 7.1**).

El atractivo viene en diversas formas. El *atractivo físico* es una de ellas. Los argumentos, en especial aquellos emotivos, a menudo son más

CUADRO 7.1 Seis principios de la persuasión

En su libro, *Influencia: ciencia y práctica*, el investigador de la persuasión, Robert Cialdini (2008) ilustra seis principios que subyacen a las relaciones humanas y la influencia humana (el presente capítulo describe los primeros dos).

Principio	Aplicación
Autoridad: las personas difieren de los expertos creíbles.	Establezca sus conocimientos; identifique problemas que haya resuelto y personas a las que haya asistido.
Agrado: la gente responde de manera más afirmativa a aquellas personas que les agradan.	Gane amigos e influya en la gente. Cree lazos basados en intereses similares y elogie de forma libre.
Prueba social: las personas permiten que el ejemplo de otros valide la manera en que piensan, se sienten y actúan.	Utilice el poder de los pares; haga que otros respetados estén a la vanguardia.
Reciprocidad: las personas se sienten obligadas a pagar aquello que hayan recibido.	Sea generoso con su tiempo y recursos. Lo que se siembra, se cosecha.
Consistencia: las personas tienden a honrar sus compromisos públicos.	En lugar de decirles a quienes hacen reservaciones en el restaurante: "Por favor hable si cambian sus planes", pregunte: "¿Podemos esperar su llamada en caso de que cambien sus planes?", y disminuirá el número de personas que faltan sin avisar.
Escasez: las personas atesoran aquello que es escaso.	Destaque la información y las oportunidades en verdad exclusivas.

influyentes si provienen de personas que consideramos bellas (Chaiken, 1979; Dion y Stein, 1978; Pallak et al., 1983). A menudo, el atractivo y la fama son de máxima importancia cuando las personas emiten juicios superficiales. En anuncios en Instagram, los jóvenes adultos se vieron más persuadidos por anuncios para cigarros electrónicos cuando los productos eran patrocinados por celebridades a diferencia de personas que no lo eran (Phua et al., 2018).

La semejanza también contribuye al atractivo. Tendemos a sentir agrado por las personas que se parecen a nosotros. Esa es una de las razones por las que los anuncios generados por consumidores, los que crean personas comunes y corrientes en lugar de empresas publicitarias, pueden ser tan convincentes. Un experimento encontró que los anuncios generados por los consumidores eran más eficaces cuando se consideraba que el creador era semejante al participante (Thompson y Malaviya, 2013). Asimismo, las personas que *actúan* como nosotros, imitando nuestras posturas corporales de manera sutil, también son más influyentes. Así, hay ocasiones en que se entrena a los vendedores para imitar y reflejar: si el cliente cruza los brazos o las piernas, usted cruce las suyas; si sonríe, devuélvale la sonrisa (vea "Acercamiento a la investigación: Experimentación con una realidad social virtual").

¿Son más persuasivos los anuncios creados por consumidores, como este de Doritos? Si el espectador del anuncio considera que su creador es similar a él, sí.
©Minneapolis Star Tribune/ZUMA Press/Newscom

¿QUÉ SE ESTÁ DICIENDO? EL CONTENIDO DEL MENSAJE

No solo importa quién dice algo, sino también *qué* es lo que dice. Si usted tuviera que ayudar a organizar un llamado para lograr que las personas voten a favor de los impuestos educativos, dejen de fumar o donen dinero para aliviar el hambre en el mundo, quizá se preguntaría por la mejor manera de persuadirlas.

- ¿Los mensajes lógicos son más persuasivos que los que despiertan emociones?

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Experimentación con una realidad social virtual

Jim Blascovich, psicólogo social de la Universidad de California en Santa Bárbara, desarrolló un interés poco después de visitar el laboratorio de realidad virtual de un colega. Después de ponerse un casco especial, Blascovich se encontró a sí mismo frente a una tabla suspendida sobre un profundo precipicio virtual. Aunque sabía que no existía tal precipicio en la habitación, no pudo superar su temor lo suficiente como para pasar por la tabla.

La experiencia despertó una idea: ¿habría algún uso de los ambientes virtuales en la psicología social? El poder experimental de la interacción humana virtual se muestra en un experimento del anterior asociado de Blascovich, Jeremy Bailenson, en colaboración con el estudiante de posgrado, Nick Yee. En el Laboratorio de Interacción Humana Virtual de la Universidad de Stanford, 69 estudiantes voluntarios equipados con cascos de realidad virtual en tercera dimensión se encontraron al otro lado de una mesa de un humano virtual; un hombre o mujer generados por computadora, quien les dio un discurso de tres minutos relacionado con una norma de seguridad que pedía a los estudiantes que llevaran una identificación consigo en todo momento.

La persona digital contaba con labios realistas que se movían, ojos que parpadeaban y una cabeza que se movía. Para la mitad de los estudiantes, los movimientos imitaban, con una demora de cuatro segundos, los mismos movimientos que hacían los estudiantes. Si el estudiante inclinaba la cabeza y miraba hacia arriba, el camaleón digital hacía lo mismo. Experimentos anteriores con seres humanos reales encontraron que este tipo de imitación fomenta el agrado al sugerir empatía y cordialidad. En el experimento de Bailenson y Yee (2005), los estudiantes frente al humano virtual que los imitaba sintieron más agrado por este que por el real, que no los imitaba. También sintieron que el imitador era más interesante, honesto y persuasivo; le prestaron más atención (desviaron su mirada de él con menor frecuencia); y tuvieron mayores probabilidades de estar de acuerdo con el mensaje.

Para Blascovich y Bailenson (2011), este tipo de estudio ilustra el potencial de las realidades sociales virtuales. Crear estímulos que implican la presencia de otros es menos costoso y ofrece un mayor control experimental que crear estímulos mediante la presencia real de otros. Las personas, incluso los cómplices del experimentador entrenados, son difíciles de controlar. Las personas digitales pueden controlarse a la perfección y es posible hacer una réplica experimental exacta.

Experimentación con una realidad social virtual.
©Jeremy Bailenson

"La verdad será siempre el argumento más poderoso".

—Sófocles, *Fedra,* 496-406 d. C.

"A fin de cuentas, las opiniones se ven determinadas por los sentimientos, no por el intelecto".

—Herbert Spencer, *Social Statistics* (*Estadística social*), 1851

- ¿Cómo debe presentarse el mensaje?
- ¿El mensaje debe expresar solo su punto de vista o debe reconocer y refutar las perspectivas contrarias?
- Si es necesario presentar ambos lados de un argumento, como en el caso de charlas sucesivas en una reunión comunitaria o en un debate político, ¿tiene alguna ventaja hablar primero o después?
- ¿Qué tanta información debe incluirse?

Veamos estas preguntas una a la vez.

Razón en relación con emoción

Suponga que está haciendo una campaña a favor de terminar con el hambre en el mundo. ¿Lo mejor sería desmenuzar sus argumentos y citar un conjunto de estadísticas impactantes? ¿O resultaría más eficaz presentar un enfoque emocional, tal vez mediante la arrebatadora historia de una criatura muerta de hambre? Por supuesto, un argumento puede ser tanto razonable como emocional. Puede unir pasión y lógica. De todos modos, ¿cuál de las dos es más influyente: la razón o

la emoción? ¿Tenía razón el Lisandro de Shakespeare al decir: "La voluntad del hombre por su razón se altera"? ¿O fue más sabio el consejo de Lord Chesterfield: "Dirigíos en general a los sentidos, al corazón y a las debilidades de la humanidad y solo rara vez a su razón"?

La respuesta: dependerá del público. Las personas bien educadas o analíticas responden a los llamados racionales (Cacioppo et al., 1983, 1996; Hovland et al., 1949). Como también es el caso de personas que tienen el tiempo y la motivación para reflexionar acerca de un tema (Petty y Briñol, 2015). Así, es frecuente que los públicos pensantes y comprometidos transiten la ruta central a la persuasión; son más sensibles a los argumentos razonados. Los públicos poco interesados transitan más a menudo por la ruta periférica; se ven más afectados por el agrado que sientan por el comunicador (Chaiken, 1980; Petty et al., 1981).

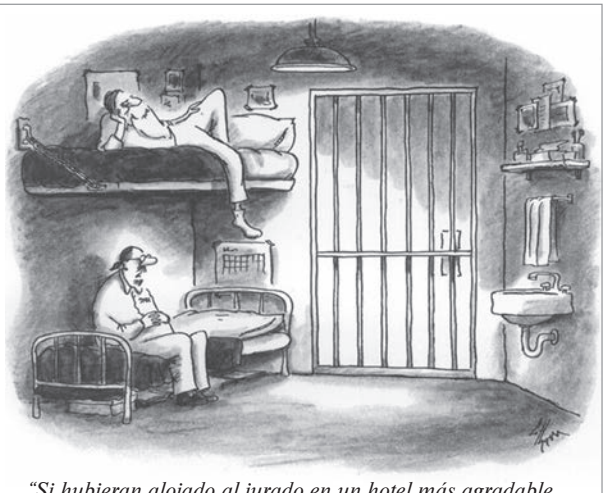
También importa la manera en que se formaron las actitudes de las personas. Cuando las actitudes iniciales de la gente se forman sobre todo por medio de la ruta periférica, se verán más persuadidos por llamados emocionales periféricos posteriores; cuando sus actitudes iniciales se conforman de manera principal a través de la ruta central, se verán más persuadidos por argumentos posteriores basados en información de ruta central (Edwards, 1990; Fabrigar y Petty, 1999). Por ejemplo, muchas personas que desconfían de las vacunas desarrollaron sus actitudes mediante de la idea muy emotiva de que sus hijos podrían sufrir algún daño. Informarles que tal actitud era errónea, que las vacunas no les provocan daños a los niños, hizo poco para cambiar sus actitudes. Pero cuando leyeron la narración emotiva de una madre sobre la manera en que su hijo no vacunado contrajo sarampión y miraron las imágenes de niños con esta enfermedad, su actitud hacia las vacunas se tornó más positiva (Horne et al., 2015). Las emociones nuevas pueden cambiar una actitud basada en emociones. Pero para cambiar una actitud basada en información, es posible que se requiera de mayor información.

Concordancia actitudinal: para convencer a los padres preocupados por el efecto de las vacunas de que vacunen a sus hijos, proporcione ejemplos reales de niños no vacunados que se enfermaron, usando la misma ruta periférica que generó su actitud desconfiada inicial.
©Brand X Pictures/PunchStock

EL EFECTO DE LAS EMOCIONES POSITIVAS Los mensajes también se vuelven más persuasivos al asociarlos con sentimientos positivos, como aquellos que vinculamos con comer ciertos alimentos o escuchar música placentera. Recibir dinero o muestras gratuitas con frecuencia induce a las personas a donar dinero o a comprar algo (Cialdini, 2008). Esa podría ser la razón por la que tantas obras de caridad emplean etiquetas personalizadas, calcomanías e incluso monedas dentro de sus correos.

A menudo, los sentimientos positivos aumentan la persuasión, en parte al inducir el pensamiento positivo y en parte al vincular los sentimientos positivos con el mensaje (Petty et al., 1993). Las personas con un estado de ánimo positivo ven la vida a través de lentes de color de rosa, pero también toman decisiones más rápidas y más impulsivas; dependen más de las claves periféricas (Bodenhausen, 1993; Braverman, 2005; Moons y Mackie, 2007). Las personas infelices piensan más antes de actuar, de modo que se dejan convencer menos por los argumentos débiles (también *producen* mensajes persuasivos más coherentes [Forgas, 2007]). Así, si no le es posible dar razones de peso, quizá quiera poner a su público de buenas con la esperanza de que experimenten sentimientos positivos hacia su mensaje sin pensar demasiado en él.

Al saber que el humorismo puede poner a las personas de buenas, un equipo de investigación holandés dirigido por Madelijn Strick (Strick et al., 2009) invitó a un grupo de personas a ver anuncios junto a caricaturas graciosas o esas mismas caricaturas alteradas para que no fueran graciosas. Sus hallazgos: los productos que se asocian con el humorismo agradaron más y se eligieron con mayor frecuencia.



"Si hubieran alojado al jurado en un hotel más agradable, es seguro que esto jamás hubiera ocurrido".

Los buenos sentimientos ayudan a crear actitudes positivas.
©Frank Cotham. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

EL EFECTO DE INDUCIR MIEDO Los mensajes también pueden ser eficaces si evocan emociones negativas. Para persuadir a las personas de fumar menos, vacunarse contra el tétanos o conducir con cuidado, un mensaje que induzca el miedo puede ser poderoso (de Hoog et al., 2007; Muller y Johnson, 1990). Unos adultos jóvenes que vieron etiquetas de advertencia con imágenes de pulmones ennegrecidos y dientes manchados (en contraste con advertencias limitadas a textos) tuvieron mayores probabilidades de recordar los mensajes de manera correcta (Strasser et al., 2012), de experimentar más miedo y de sentirse menos inclinados a fumar (Cameron et al., 2015). Más importante, 50% más de los que vieron las imágenes gráficas (a diferencia de los mensajes exclusivos de texto) dejaron de fumar dentro del mes siguiente (Brewer et al., 2016). Cuando en Australia se añadieron imágenes de fumadores enfermos y agonizantes a las cajetillas de cigarros en 2012, las tasas de tabaquismo cayeron casi 5% (Innis, 2014). Docenas de otros países alrededor del mundo, incluyendo Canadá, Egipto y Bangladesh, añadieron imágenes inductoras de miedo a sus cajetillas de cigarros (Cohen, 2016). En 2012, un juez bloqueó la colocación de advertencias gráficas en las cajetillas de cigarros en Estados Unidos (AP, 2012) y, a partir del 2017, las cajetillas en ese país solo traen advertencias de texto.

¿Pero cuánto miedo debe inducirse? ¿Debería evocar solo un poco de miedo para evitar que las personas se asusten tanto que decidan ignorar su doloroso mensaje? ¿O debe tratar de asustarlos casi al borde del infarto? Los experimentos muestran que, a menudo, mientras más atemorizadas y vulnerables se sienten las personas, mayor es su respuesta (de Hoog et al., 2007; Robberson y Rogers, 1988). En un metaanálisis de 127 artículos que incluyeron a 27 372 personas, Melanie Tannenbaum y sus colaboradores (2015) concluyeron que "las apelaciones al temor son eficaces… y no hay circunstancias identificadas en las que resulten contraproducentes y conduzcan a resultados indeseables".

La eficacia de las comunicaciones que incitan el miedo se aplicó en anuncios que desalientan no solo el tabaquismo sino las conductas sexuales riesgosas y conducir en estado de ebriedad. Cuando Claude Levy-Leboyer (1988) encontró que la juventud francesa bebía menos alcohol después de ver imágenes inductoras de miedo, el gobierno francés incorporó estas imágenes en sus comerciales de televisión.

Las comunicaciones que incitan el miedo también se utilizaron para aumentar los comportamientos de detección de cáncer de mama, como someterse a mastografías o hacer la autoexploración de senos. Sara Banks, Peter Salovey y colaboradores (1995) pidieron a mujeres de 40 a 66 años de edad, que no se habían sometido a una mastografía, que vieran un video educativo al respecto. De las mujeres que recibieron un mensaje encuadrado de forma positiva (que enfatizaba que someterse a una mastografía podía salvarle la vida por la detección temprana), solo la mitad se realizaron una mastografía dentro de los próximos 12 meses. De las que recibieron un mensaje que inducía temor (que enfatizaba que no someterse a una mastografía podía costarles la vida), dos tercios acudió a hacerse el estudio dentro de los próximos 12 meses. Las personas que ven fotografías ultravioleta de rostros dañados por el Sol (que muestran todas las pecas y manchas destinadas a aparecer al paso del tiempo) tienen probabilidades mayores de utilizar bloqueadores solares. En este caso, la intervención se centra no solo en el temor a desarrollar cáncer, sino a verse poco atractivo (Williams et al., 2013).

La advertencia en contra del tabaquismo en Estados Unidos que se muestra aquí utiliza la inducción de miedo. En 2012, un juez bloqueó la obligatoriedad de este tipo de anuncios.
©Handout/Getty Images

Infundir miedo funciona mejor si el mensaje conduce a las personas no solo a experimentarlo, sino a percibir que existe una solución y a sentirse capaces de implementarla (Devos-Comby y Salovey, 2002; Maddux y Rogers, 1983; Ruiter et al., 2001). Muchos anuncios diseñados para reducir el riesgo sexual pretenden tanto inducir el miedo ("el sida mata") como ofrecer una estrategia de protección: abstención, uso de condón o sexo dentro de una relación comprometida. Estos tipos de recursos subryan a las personas no solo que deben tener miedo, sino que pueden hacer algo al respecto, lo que aumenta su sensación de eficacia (Ruiter et al., 2014; Salomon et al., 2017).

Estos llamados también pueden centrarse en lo que se puede obtener al usar el producto preventivo ("Si utiliza bloqueador solar, tendrá piel atractiva") en lugar de centrarse en lo que se puede perder ("Si no utiliza un bloqueador solar, tendrá una piel poco atractiva"; O'Keefe y Jensen, 2011). Los mensajes formulados con un enfoque en lo que se obtiene son más eficaces que aquellos que se plantean en términos de las pérdidas (Gallagher y Updegraff, 2012). El mismo principio también se aplica a otros ámbitos: un artículo sobre el cambio climático global, que termina con un debate acerca de las posibles soluciones es más persuasivo que aquel que describe las consecuencias catastróficas a futuro (Feinberg y Willer, 2011). Los mensajes acerca lo que se puede ganar son en

Las personas que ven fotografías con filtros ultravioletas mostrando el daño que el Sol le hace a la piel tienen más probabilidades de usar bloqueadores solares.
©National News/ZUMA Press/Newscom

especial eficaces cuando apelan a las necesidades individuales de los consumidores; por ejemplo, los participantes con elevados niveles de ansiedad fueron más persuadidos por un anuncio para teléfonos celulares con el eslogan: "Manténgase sano y salvo con el XPhone" (Hirsh et al., 2012).

Contexto del mensaje

El contexto del mensaje, justo lo que lo precede, puede hacer una enorme diferencia en cuanto a lo persuasivo que sea. En un estudio, una cómplice del experimentador se acercaba a transeúntes en una estación de trenes en Polonia y les preguntaba: "Disculpe, ¿perdió usted su cartera?". De inmediato, todos revisaban sus bolsillos y bolsas para encontrar, para su enorme alivio, que su cartera seguía estando en su lugar. Después, la cómplice les explicaba que estaba vendiendo tarjetas navideñas para una fundación caritativa. Casi 40% de las personas compraron las tarjetas, en comparación con solo 10% de quienes recibieron la oferta, pero sin haber sentido el alivio de tener todavía sus carteras. Los investigadores nombraron "miedo y alivio posterior" a este enfoque muy eficaz (Dolinski y Szczucka, 2012).

fenómeno del pie en la puerta
La tendencia que tienen las personas que primero estuvieron de acuerdo con una petición pequeña a acceder a una petición mayor en el futuro.

Otras técnicas de persuasión dependen de la magnitud de la petición que se está haciendo. Algunos experimentos sugieren que si usted quiere que alguien le haga un enorme favor, debe lograr primero que le hagan uno pequeño. En la mejor demostración conocida de este **fenómeno del pie en la puerta**, algunos investigadores que actuaron como voluntarios pidieron a residentes de California que instalaran anuncios enormes y escritos en forma fea de: "Maneje con cuidado" en sus patios delanteros. Solo 17% accedió. A otros se les pidió un favor menos oneroso de antemano: ¿estarían dispuestos a mostrar el letrero: "Sea un conductor responsable" de apenas siete centímetros en sus ventanas? Casi todos estuvieron de acuerdo. Cuando dos semanas después se les pidió que permitieran que se exhibiera el anuncio feo de gran tamaño en sus patios delanteros, 76% estuvo de acuerdo (Freedman y Fraser, 1966).

En este y en muchos de los más de 100 experimentos del pie en la puerta, el acatamiento inicial (usar un distintivo en la solapa, dar instrucciones, firmar una petición) fue voluntario (Burger y Guadagno, 2003). Cuando las personas se comprometen a comportamientos públicos y perciben que tales actos son hechos por voluntad propia, creen de manera más ferviente en lo que hicieron.

El psicólogo social Robert Cialdini es un "bobo" por definición propia. "Desde que recuerdo, he sido blanco fácil de los discursos de merolicos, recaudadores de fondos y operadores de un tipo u otro". Para comprender mejor por qué una persona le dice que sí a otra, pasó tres años entrenándose en técnicas de ventas, de recaudación de fondos y en organizaciones publicitarias para descubrir la manera en que explotan las "armas de la influencia". También puso a prueba dichas armas en experimentos simples. En uno de ellos, Cialdini y sus colaboradores (1978) exploraron

¿Usted permitiría que un trabajador de campaña colocara este enorme letrero en su patio delantero? Las investigaciones sugieren que tendrá mayores probabilidades de hacerlo si primero se le pide que muestre un letrero pequeño o una calcomanía en su ventana.
©Aaron Roeth Photography

una variación del fenómeno del pie en la puerta experimentando con la **técnica de la bola baja**. Después de que el cliente accede a comprar un auto nuevo a un precio de remate y empieza a llenar el papeleo relacionado con la venta, el vendedor elimina la ventaja económica cobrándole por distintas opciones o verificando con el jefe, quien desaprueba el trato. La práctica indica que más clientes en esta situación se mantienen en su compra, aun cuando sea más cara de lo que hubieran aceptado de inicio. Al tener precios fabulosos solo en algunos asientos o habitaciones, las aerolíneas y los hoteles utilizan la táctica para atraer sondeos de parte de clientes, después, cuando ya no tienen disponibles los asientos o habitaciones en oferta, esperan a que el cliente esté de acuerdo con alguna opción de mayor precio. Experimentos posteriores encontraron que esto solo funciona si las personas se comprometen de forma verbal con su elección (Burger y Cornelius, 2003).

Los investigadores de *marketing* y vendedores encontraron que la técnica de la bola baja funciona incluso cuando estamos conscientes de la motivación de lucro (Cialdini, 1988). Un compromiso inicial inocente (enviar de regreso una postal para obtener mayor información y un "regalo gratis", accediendo a escuchar una oferta de inversión) con frecuencia nos conduce a un compromiso mayor. Debido a que los vendedores a veces explotaban el poder de esos pequeños compromisos tratando de obligar a la gente a cumplir con sus acuerdos de compra, muchos estados ahora cuentan con leyes que les otorgan a los clientes algunos días para meditar sus compras y poder cancelarlas. A fin de contrarrestar el efecto de tales leyes, muchas empresas utilizan lo que el programa de capacitación de ventas de una empresa llama "un auxiliar psicológico muy importante para evitar que los clientes no cumplan con sus contratos" (Cialdini, 1988, p. 78). Tan solo hacen que el cliente, y no el vendedor, llene el papeleo del acuerdo. Por el hecho de haberlo escrito con su propia mano, las personas casi siempre honrarán su compromiso.

El fenómeno del pie en la puerta es una lección que vale la pena recordar. Alguien que esté tratando de seducirnos en términos financieros, políticos o sexuales, a menudo buscará meter el pie en la puerta para crear un ímpetu de acatamiento. La lección práctica: antes de acceder a una petición pequeña, piense lo que podría seguir después.

técnica de la bola baja
Táctica para lograr que las personas accedan a algo. Las personas que acceden a una petición inicial a menudo seguirán accediendo incluso cuando el peticionario aumente sus demandas. Las personas que solo reciben la petición costosa tendrán menores probabilidades de acceder a ella.

técnica de la puerta en la cara
Estrategia para obtener una concesión. Después de que alguien rechaza una petición importante de primera instancia (la puerta en la cara), el mismo solicitante hace una contraoferta con una petición más razonable.

Si un cliente ya se comprometió de forma pública a llenar el papeleo de ventas, es más probable que acceda a pagar un precio mayor; un ejemplo de la técnica de la bola baja.
©yacobchuk/iStockphoto/Getty Images

También considere lo que podría hacer después de negarse a una petición importante, algo que se conoce como **técnica de la puerta en la cara**. Cuando Cialdini y algunos de sus colegas (1975) pidieron a un pequeño grupo de sus estudiantes de la Universidad Estatal de Arizona que sirvieran de acompañantes a niños delincuentes en un viaje al zoológico, solo 32% accedió a hacerlo. Sin embargo, en el caso de otros estudiantes, se les preguntó si se comprometerían a servir como orientadores voluntarios de niños delincuentes durante dos años. Todos se rehusaron a hacerlo (el equivalente a cerrarle la puerta en la cara a un vendedor). Después se les hizo la contraoferta de pedirles que llevaran a los niños al zoológico usando este argumento: "Está bien, si no quieres aceptar este compromiso mayor, ¿harías este otro más pequeño?". Por medio de esta técnica, casi el doble (56%) accedió a hacerlo. De la misma manera, si a los estudiantes se les pedía primero que participaran en un programa de donación a largo plazo y después que donaran sangre ese día, tuvieron mayores probabilidades de acceder que si solo se les pedía que donaran sangre (Guéguen, 2014). O considere que

termina una comida en un restaurante y la mesera le sugiere un postre. Cuando usted dice que no, le ofrece té o café. Los clientes a los que les ofrecieron el postre primero tuvieron mayores probabilidades de decir que sí a la segunda oferta (Guéguen et al., 2011).

Llamados unilaterales contra bilaterales

Los simpatizantes de la iniciativa de derechos gay de mi comunidad [DM] se enfrentaban a una decisión estratégica: ¿debían reconocer y buscar refutar cada uno de los argumentos de la oposición? ¿O era probable que eso resultara contraproducente al plantear ideas que las personas recordarían largo tiempo después de olvidar los argumentos en contra? Una vez más, el sentido común no ofrece una respuesta contundente. Reconocer los argumentos contrarios podría confundir al público y debilitar el planteamiento. Por otra parte, el mensaje podría parecer más justo y convincente al reconocer la postura de los oponentes.

Carol Werner y colaboradores (2002) mostraron el poder cautivador de un mensaje bilateral simple en un experimento de reciclado de latas de aluminio. Letreros que se colocaron en los botes de basura de los salones de la Universidad de Utah decían, por ejemplo, "¡¡¡¡¡Nada de latas de aluminio, por favor!!!!! Utilice el bote de reciclado que se localiza en el primer piso, cerca de la entrada". Cuando se añadió un último mensaje que reconocía y respondía al contraargumento principal: "Quizá cause inconveniente. ¡¡¡¡¡Pero es importante!!!!!", el reciclaje aumentó 80%.

"A los oponentes les parece que nos refutan cuando repiten su propia opinión y no prestan atención alguna a la nuestra".

—Goethe, *Máximas y reflexiones,* 1829

En juicios simulados, el caso a favor del inculpado se vuelve más creíble cuando la defensa menciona la evidencia perjudicial antes de que lo haga la fiscalía (Williams et al., 1993). Así, un candidato político que hable frente a un grupo informado acerca de política o a un grupo comunitario a favor o en contra de los derechos gay haría bien en responder a la oposición. Así, *si su público se ve expuesto a puntos de vista contrarios, ofrecerá un llamado bilateral*. Los llamados bilaterales tienen otra ventaja más: pueden hacer que el comunicador parezca más honrado. Cuando el vendedor de un producto le mencionaba al cliente algún atributo negativo de poca importancia, el cliente confiaba más en el vendedor y era más probable que comprara el producto (Pizzutti et al., 2016).

Primacía comparada con novedad

Imagine que es consultor de un político que pronto estará en un debate con otro político acerca de una propuesta de educación bilingüe que se someterá a referéndum. Tres semanas antes del voto, cada político aparecerá en las noticias de la noche para presentar una declaración preparada. Después de echar una moneda al aire, usted recibe la opción de hablar primero o después. Al saber que usted estudió psicología social, todo el mundo estará al pendiente de lo que opina.

Hace un recorrido mental de sus viejos libros y apuntes de clase. ¿Sería mejor hablar primero? Las ideas preconcebidas de las personas controlan sus interpretaciones. Más aún, una creencia, después de formada, es difícil de desacreditar, de modo que hablar primero podría darles a los votantes ideas que le ofrecerían un sesgo positivo en la manera en que perciben e interpretan el segundo discurso. Además, es posible que las personas presten más atención a lo que sucede primero. Pero, después de todo, las personas recuerdan mejor las cosas más recientes. ¿Serviría más hablar en segundo lugar?

Su primera línea de razonamiento produce lo que es más común, un **efecto de primacía**: la información que se presenta antes es la más persuasiva. Las primeras impresiones son importantes. Por ejemplo, ¿puede usted detectar una diferencia entre estas dos descripciones?

efecto de primacía
En igualdad de circunstancias, la información que se presenta primero suele tener la máxima influencia.

- John es inteligente, trabajador, impulsivo, crítico, obstinado y envidioso.
- John es envidioso, obstinado, crítico, impulsivo, trabajador e inteligente.

Cuando Solomon Asch (1946) les presentó ambos enunciados a estudiantes universitarios en la ciudad de Nueva York, aquellos que leyeron los adjetivos en el orden de inteligente a envidioso valoraron a la persona de forma más positiva que a quienes se les dio el orden inverso. La primera información pareció matizar su interpretación de la información posterior, produciendo un efecto de primacía.

Algunos otros ejemplos del efecto de primacía:

- A los estudiantes que leyeron reseñas positivas de un hotel en TripAdvisor.com antes de leer reseñas negativas, les gustó más el hotel que a quienes leyeron las reseñas negativas en primer lugar (Coker, 2012).

¿Usted se hospedaría en este hotel? Su decisión podría depender del orden en que haya leído las reseñas positivas o negativas en línea.
©ivanastar/Getty Images

- En encuestas políticas y en votaciones en elecciones primarias, los candidatos se benefician de encontrarse en el primer sitio en las boletas (Moore, 2004b).
- Los espectadores del Super Bowl tienen mayores probabilidades de recordar una marca si su comercial publicitario es el primero en el bloque de anuncios (Li, 2010).
- Norman Miller y Donald Campbell (1959) les dieron a estudiantes de la Universidad de Northwestern la transcripción de un juicio civil verdadero. Colocaron el testimonio y los argumentos del demandante en una sección y los del demandado en otra. Los alumnos leyeron ambas secciones. Cuando regresaron una semana después para dar sus opiniones, la mayoría estuvo del lado de la parte que había leído primero.

efecto de novedad
En ocasiones, la información que se presenta en último lugar es la que mayor influencia tiene. Los efectos de novedad son menos comunes que los efectos de primacía.

¿Y qué hay de la posibilidad contraria? ¿Nuestros recuerdos cercanos de una información más reciente podrían crear un **efecto de novedad**? Todos hemos experimentado lo que se observa en el libro de Proverbios: "Parece justo el primero que pelea; mas llega su contendiente y lo pone al descubierto". Por experiencia (así como por diversos experimentos de memoria), sabemos que los sucesos del día de hoy pueden tener, de forma temporal, un mayor peso que los sucesos importantes del pasado. La tormenta de nieve de hoy hace que el calentamiento global parezca menos amenazante, del mismo modo que el calor abrasador de hoy puede hacerlo ver más peligroso.

Para someter a prueba los posibles efectos de novedad, Miller y Campbell le dieron a leer el fragmento de un testimonio a otro grupo de estudiantes. Una semana después, los investigadores le pidieron al grupo que leyera otro fragmento y que después dieran sus opiniones de inmediato. Los resultaron fueron en forma absoluta contrarios a los primeros: hubo un efecto de novedad. En apariencia, el primer fragmento se había desvanecido de su memoria en la semana que había pasado.

El olvido crea un efecto de novedad (1) cuando un tiempo suficiente separa a ambos mensajes y (2) cuando el público se expresa poco después del segundo mensaje. Cuando dos mensajes son consecutivos, seguidos por un intervalo de tiempo, suele presentarse un efecto de primacía (**figura 7.3**). Esto es en especial cierto cuando el primer mensaje estimula el pensamiento (Haugtvedt y Wegener, 1994). ¿Qué consejo le daría al candidato político ahora?

Dana Carney y Mahzarin Banaji (2008) descubrieron que el orden también puede afectar las preferencias simples. Cuando se topan con dos personas o productos, las personas tienden a preferir la primera opción que se les ofrece. Por ejemplo, cuando se les ofrecen dos trozos de goma de mascar de apariencia similar, uno colocado después del otro sobre una tabla blanca, al pedirles

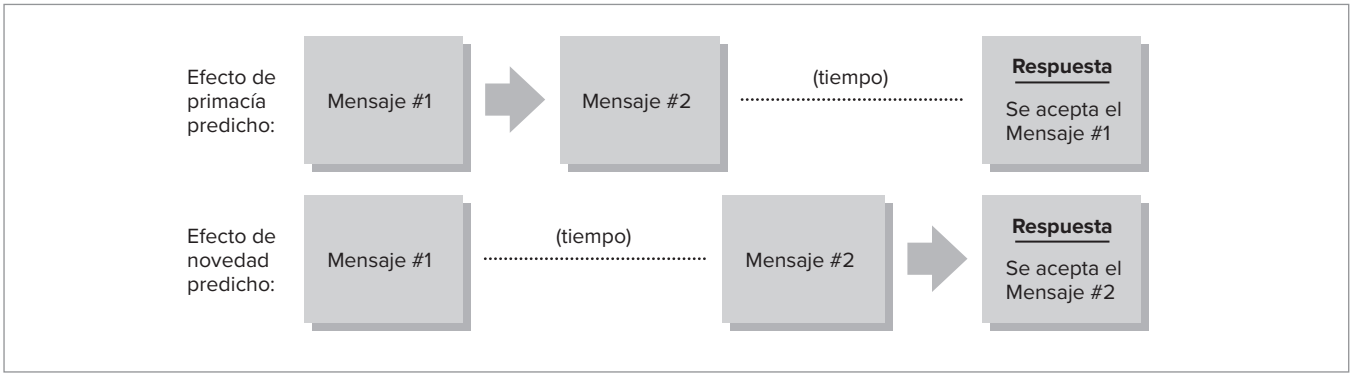


FIGURA 7.3
Efecto de primacía contra efecto de novedad
Cuando hay dos mensajes persuasivos, uno después del otro, y el público responde a ellos en algún momento posterior, el primer mensaje es el que lleva la ventaja (efecto de primacía). Cuando los dos mensajes están separados por el tiempo y el público responde poco después del segundo mensaje, el segundo es el que lleva la ventaja (efecto de novedad).

En 2016, el Partido Republicano de Estados Unidos celebró su convención, seguida de inmediato por la del Partido Demócrata, después de lo cual hubo un espacio temporal de tres meses antes de la elección. Si son aplicables los experimentos de primacía y novedad, ¿qué partido se vería más beneficiado por este esquema temporal?
©mark reinstein/Shutterstock

que tomen una decisión inmediata, 62% eligen el trozo que se presente primero. En cuatro experimentos diferentes, los hallazgos fueron consistentes: "Lo primero es lo mejor".

En respuesta a la lista de preguntas al inicio de la presente sección, el mejor consejo para lograr la persuasión es el siguiente:

- Utilice lógica o emoción dependiendo del público y del mensaje.
- Pida un pequeño favor antes de hacer una petición importante.
- Ofrezca mensajes bilaterales que cuestionen los argumentos en contra de su mensaje.
- Para mejores resultados, hable al principio o al final, no en medio.

¿CÓMO SE DICE? EL CANAL DE COMUNICACIÓN

Para que haya persuasión debe haber comunicación. Y para que haya comunicación, debe existir un **canal**: un llamado cara a cara, un letrero o documento escrito, un anuncio publicitario.

canal de comunicación
La forma en que se comunica el mensaje, ya sea cara a cara, por escrito, filmado o de alguna otra forma.

La psicología del sentido común le tiene fe a la palabra escrita. ¿Cómo es que tratamos de lograr que las personas asistan a un suceso en las instalaciones universitarias? Colocamos carteles. ¿Cómo es que tratamos de lograr que desaceleren y mantengan la vista fija en el camino? Colocamos mensajes de "Maneje con cuidado" en espectaculares. ¿Cómo disuadimos a los estudiantes de no tirar basura fuera de los botes designados? Ponemos mensajes alusivos en los tableros de noticias.

¿Experiencia activa o recepción pasiva?

¿Son más persuasivos los llamados hablados? No necesariamente. Los que hablamos en público, como maestros o persuasores, con frecuencia quedamos tan cautivados de la palabra hablada que sobreestimamos su poder. Pregúnteles a los estudiantes universitarios qué aspecto de su experiencia escolar fue la más valiosa o qué es lo que recuerdan de su primer año de estudios, y pocos, nos entristece reconocer, recordarán las brillantes cátedras del cuerpo docente.

Los llamados escritos y visuales son pasivos, por lo que cuentan con obstáculos similares a superar. Muchos son en forma relativa poco eficaces. Por ejemplo, solo uno de cada mil anuncios en internet resulta en que alguien haga clic en un vínculo. No obstante, los anuncios no dejan de tener un efecto. Cuando un sitio web se publicitó, tuvo un aumento de 65% de tránsito al cabo de una semana (Fulgoni y Mörn, 2009).

Con esta cantidad de poder, ¿pueden los medios ayudar a un candidato rico a comprar las elecciones? En Estados Unidos, el candidato con más dinero gana 91% de las ocasiones. Los candidatos que ganaron sus puestos en el congreso gastaron casi el doble de recursos que sus oponentes: 2.3 millones de dólares a diferencia de 1.1 millones de dólares (Lowery, 2014). La exposición

"Si solo repiten las críticas lo suficiente y mienten en forma deliberada una y otra vez... la gente empieza a creerlo".

Barack Obama, en un discurso en la Universidad de Michigan, julio de 2016.

publicitaria nos ayuda a convertir a un candidato desconocido en alguien familiar. La *mera exposición* a estímulos desconocidos genera agrado. No solo eso, la mera repetición puede hacer que ciertas cosas sean creíbles (Dechêne et al., 2010; Moons et al., 2009).

El investigador Hal Arkes (1990) afirma que estos hallazgos son atemorizantes. Como bien lo saben los manipuladores políticos, las mentiras creíbles pueden desplazar a los hechos verdaderos. Los clichés repetidos pueden ocultar realidades complejas. En el terreno político, incluso la información correcta puede no lograr desestimar la información falsa que se haya implantado (Bullock, 2006; Nyhan y Reifler, 2008). En 2016, cuando el candidato a la presidencia, Donald Trump, repitió una y otra vez que estaban aumentando los crímenes violentos, los medios desmintieron de forma consistente sus afirmaciones con estadísticas del FBI que mostraban que, de hecho, los delitos disminuyeron de manera importante desde el 2008. No obstante, 78% de los seguidores de Trump siguieron creyendo que la tasa de delitos iba en aumento (Gramlich, 2016). Este procesamiento sesgado de la información es bipartidista, señalan Peter Ditto y sus colaboradores (2018). Encontraron "evidencia contundente de sesgos partidistas tanto en liberales como en conservadores y a niveles casi idénticos". Cuando la evidencia sustenta nuestros puntos de vista nos parece coherente; cuando la misma evidencia los contradice, no la aceptamos.

"Ah, así siempre sucede con ustedes, los hombres; no creen nada a la primera y son lo bastante insensatos como para permitir que la mera repetición de algo los convenza de aquello que, en sí, consideran imposible de creer".

—George MacDonald, *Fantastes,* 1858

En términos generales, las correcciones a la información ya ofrecida rara vez funcionan; las personas tienden a recordar la versión original, no la rectificación (Ecker et al., 2011; Lewandowsky et al., 2012). En la comedia romántica, *Cuando Harry conoció a Sally*, Harry afirma que se desdirá de una afirmación que ofendió a Sally: "No puedes desdecirte... ya lo dijiste", le responde Sally. Los abogados litigantes comprenden esto último, razón por la cual se arriesgan a decir algo de lo que tendrán que retractarse, sabiendo que el jurado lo recordará de todos modos. Si está tratando de contrarrestar los efectos de una falsedad, las investigaciones sugieren que debe proporcionar una narración alternativa que sea simple... y que debe repetirla una y otra vez (Ecker et al., 2011; Schwarz et al., 2007).

La mera repetición de una afirmación también funciona para aumentar su fluidez (la facilidad con la que sale de nuestras bocas), lo que aumenta su credibilidad. "Vísteme lento, que tengo prisa" querrá decir lo mismo que "Apresurarse puede ocasionar que cometamos errores; más conviene hacer las cosas en forma pausada", pero parece más cierto. Cualquier cosa que aumente la fluidez (familiaridad, rimas) también aumenta la credibilidad.

Debido a que los llamados recibidos de forma pasiva a veces son eficaces y a veces no, ¿hay alguna manera en que especifiquemos de antemano los temas más susceptibles a la persuasión? Existe una regla sencilla: mientras más familiarizadas con un tema estén las personas, menos persuasibles serán. En cosas poco importantes, como qué marca de aspirinas comprar, es fácil demostrar el poder de los medios. En temas más familiares e importantes, como actitudes hacia una guerra polémica y prolongada, persuadir a las personas es como tratar de empujar un piano cuesta arriba. No es imposible, pero no se logrará de un solo empujón.

La experiencia activa también fortalece las actitudes. Cuando actuamos, amplificamos la idea que subyace a lo que hemos hecho, en especial cuando nos sentimos responsables. Además, las actitudes son más duraderas e influyen en nuestro comportamiento con mayor frecuencia cuando están arraigadas en nuestra propia experiencia. En comparación con las actitudes que se forman de manera pasiva, las actitudes basadas en experiencias son más confiadas, más estables y menos vulnerables a críticas. Esa es una de las razones por las que tantas empresas ahora desean publicitarse a través de anuncios generados por consumidores, videos virales, páginas de Facebook, comentarios de Twitter y juegos en línea; los consumidores que tienen experiencias interactivas con marcas y productos se involucran más con estos que los consumidores que solo escuchan o ven los comerciales (Huang et al., 2013). Alguien que comparte un video viral con otros recordará la experiencia mucho más tiempo que alguien que vio el mismo video como comercial de televisión. Los sitios web interactivos también parecen ser más eficaces. En una investigación, estudiantes holandeses vieron uno de dos sitios web para la empresa ficticia HappyBev: uno que se limitaba a mostrar el mensaje corporativo y otro que permitía que los clientes comentaran respecto a él y que mostraba sus comentarios. Aquellos que apreciaron la interactividad del sitio donde se permitían los comentarios consideraron que la empresa era más confiable y se identificaron más con ella (Eberle et al., 2013).

Influencia personal contra influencia de los medios

Los estudios de persuasión demuestran que lo que más influye en nosotros no son los medios, sino nuestro contacto con la gente. Las estrategias modernas de ventas buscan aprovechar el poder

de la influencia personal de boca en boca a través de el "*marketing* viral", la "creación de rumores" y "siembra" de ventas (Walker, 2004). No se esperaba que la serie de *Harry Potte*r fuese un éxito de ventas (el primer libro de la serie tuvo un tiraje de apenas 500 ejemplares). Lo que hizo que así ocurriera fueron niños que hablaban con otros niños.

Durante las elecciones intermedias del 2010 en Estados Unidos, las personas que vieron fotografías de sus amigos votando en Facebook tuvieron mayores probabilidades de votar (Bond et al., 2012). En las elecciones estadounidenses de 2012, los contactos de campaña tales como tocar a puertas y hablarles a los votantes aumentaron el número de votantes entre siete y ocho puntos porcentuales en áreas con una poderosa intervención (Enos y Fowler, 2016). En Kenia, el agua de llave no tratada ocasiona enfermedades y muertes, en especial entre niños pequeños. Sin embargo, pocas familias trataban el agua hasta que una organización sin fines de lucro enlistó a una persona de cada comunidad para que clorara el tanque comunal y les hablara a todos los demás habitantes acerca de la importancia de tratar el agua (Coster, 2014). El contacto personal persuade.

El contacto personal puede aumentar el número de votantes.
©Ariel Skelley/Blend Images

"¿Te das cuenta de que jamás te harás rica escribiendo libros infantiles?".

—Agente literario de J. K. Rowling antes de la publicación de *Harry Potter y la piedra filosofal,* 1998

En un experimento de campo, los investigadores trataron de reducir la frecuencia de enfermedades cardiacas entre adultos de mediana edad en tres pequeñas ciudades de California. Para verificar la eficacia relativa de la influencia personal y de los medios, examinaron a 1 200 participantes antes de iniciar el proyecto y de nuevo al final de cada uno de los siguientes tres años. Los residentes de Tracy, California, no recibieron llamado persuasivo alguno salvo aquel que se presentaba en los medios habituales. En Gilroy, California, una campaña multimedia de dos años de duración utilizó televisión, radio, periódicos y correo directo para educar a las personas en cuanto al riesgo coronario y lo que podían hacer para reducirlo. En Watsonville, California, esta campaña mediática se complementó con contactos personales con dos tercios de los participantes, cuyos datos de presión arterial, peso y edad los colocaban en un grupo de alto riesgo. Por medio de principios de modificación de la conducta, los investigadores ayudaron a los participantes de Watsonville a establecer metas concretas y reforzar sus éxitos (Farquhar et al., 1977; Maccoby, 1980; Maccoby y Alexander, 1980).

Como muestra la **figura 7.4**, después de uno, dos y tres años, los participantes de alto riesgo de Tracy (el pueblo control) presentaron casi el mismo riesgo que antes. Los participantes de alto riesgo en Gilroy, inundados por la información de los medios, mejoraron sus hábitos de salud y disminuyeron su riesgo. Las personas de Watsonville, quienes también se beneficiaron del contacto personal en adición a la campaña de medios, son los que más cambiaron.

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS: EL FLUJO EN DOS PASOS Aunque la influencia cara a cara suele ser mayor que la influencia de los medios, no debemos subestimar el poder de estos. Las personas que influyen en nuestras opiniones de manera personal tienen que obtener sus ideas de alguna fuente y, a menudo, esas fuentes son los medios. Elihu Katz (1957) observó que muchos de los efectos de estos operan en un **flujo de comunicación en dos pasos**: de los medios a los *líderes de opinión* a todo el resto del mundo. En cualquier grupo de gran tamaño, son estos líderes de opinión e iniciadores de modas, "los influyentes", que intentan cortejar los mercadólogos y políticos (Keller y Berry, 2003). Los líderes de opinión son individuos a los que se percibe como expertos. Pueden incluir anfitriones de programas de entrevistas y columnistas editoriales: médicos, maestros y científicos; y personas de profesiones y condiciones sociales diferentes que se han dedicado a absorber información y a comunicársela a sus familiares y amigos. Si yo [DM] deseo evaluar algún equipo de cómputo, me someto al punto de vista de mis hijos, quienes obtienen muchas de sus ideas de lo que leen en línea. Convénzanlos a ellos y me convencerán a mí.

flujo de comunicación en dos pasos
El proceso mediante el cual la influencia de los medios con frecuencia sucede a través de líderes de opinión quienes, a su vez, influyen en otras personas.

El flujo de información en dos pasos influye en los medicamentos que le receta su médico, informa el equipo de investigación de la Stanford School of Business (Nair et al., 2008). Los médicos recurren a los líderes de opinión dentro de sus redes sociales, a menudo especialistas que

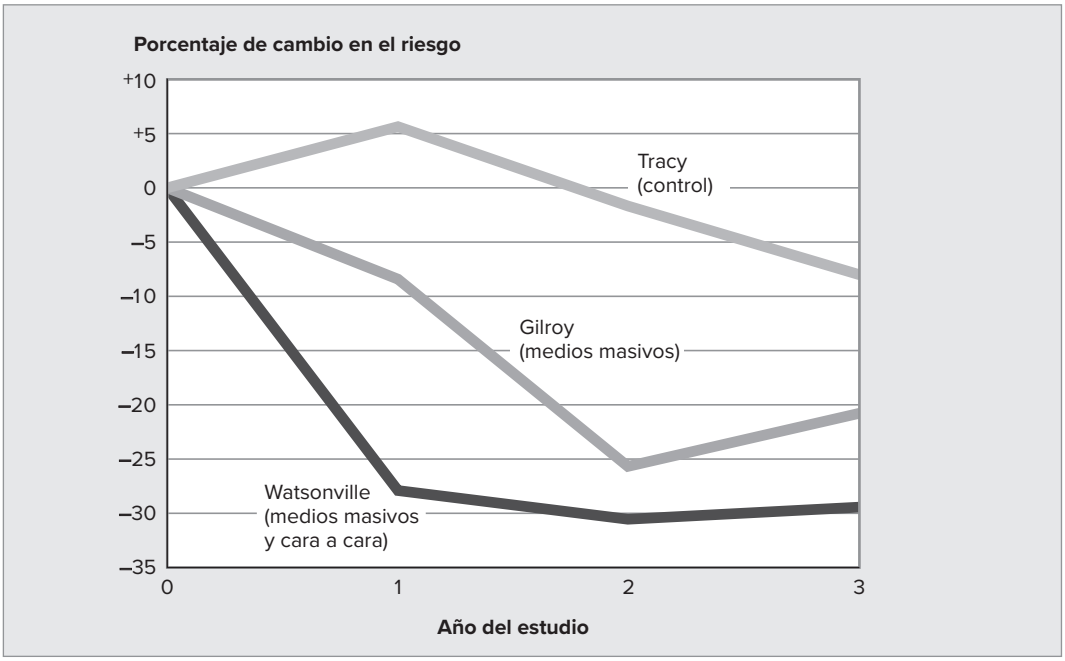


FIGURA 7.4

Porcentaje de cambio de la línea base (0) en riesgo coronario después de 1, 2 y 3 años de educación sanitaria

Fuente: datos de Maccoby, 1980.

En estudio tras estudio, la mayoría de las personas coincidieron con que los medios masivos influyen en las actitudes: las actitudes de otras personas, no las suyas propias (Duck et al., 1995).

laboran en hospitales universitarios, cuando deciden qué medicamentos elegir. Para más de nueve de cada diez médicos, esta influencia sucede a través del contacto personal. Las empresas farmacéuticas de mayor tamaño saben que los líderes de opinión impulsan las ventas, por lo que dirigen cerca de un tercio de su presupuesto de comercialización en estas personas influyentes.

El flujo de información en dos pasos nos recuerda que la influencia de los medios penetra en la cultura en formas sutiles. Incluso si los medios tuvieran un limitado efecto directo en las actitudes de las personas, todavía podrían tener un efecto indirecto importante. Los niños excepcionales que crecen sin ver televisión no se crían más allá de la influencia de ella. A menos de que vivan como ermitaños, se unirán a los juegos de imitación televisiva en el patio de juegos. Les pedirán a sus padres los juguetes relacionados con la televisión que tienen sus amigos. Rogarán o demandarán ver los programas favoritos de sus amistades y lo harán cuando visiten sus casas. Sus padres podrán negarse, pero no pueden eliminar la influencia de la televisión.

COMPARACIÓN DE MEDIOS Reunir a todos los medios, desde los correos directos hasta la televisión y los medios sociales, es caer en una simplificación excesiva. Los estudios que comparan medios diferentes encuentran que mientras más realista el medio, más persuasivo es su mensaje. Así, el orden de persuasión parece ser: en vivo (cara a cara), grabado en video, grabado en audio y escrito. Si quiere persuadir a alguien que no concuerda con usted, es mejor que hable con ellos a que les escriba: su voz lo humaniza (Schroeder et al., 2018).

No obstante, los mensajes se *comprenden* y *recuerdan* más cuando se escriben. La comprensión es uno de los primeros pasos en el proceso de la persuasión (recuerde la figura 7.2). De modo que Shelly Chaiken y Alice Eagly (1976) concluyeron que si un mensaje es difícil de comprender, la persuasión debería ser mayor cuando el mensaje está escrito, porque los lectores podrían analizar el mensaje a su propio ritmo. Estas investigadoras les dieron a estudiantes de la universidad de Michigan mensajes fáciles o difíciles por escrito o grabados en audio o en video. La **figura 7.5** muestra sus resultados: los mensajes difíciles sí fueron más persuasivos cuando se encontraban en forma escrita; los mensajes fáciles, cuando estaban grabados en video. Como medio, la televisión le quita el control del ritmo a quienes reciben el mensaje. Al llamar la atención hacia el comunicador y alejarla del mensaje en sí, la televisión también alienta a las personas a enfocarse en señales periféricas, como el atractivo del comunicador (Chaiken e Eagly, 1983).

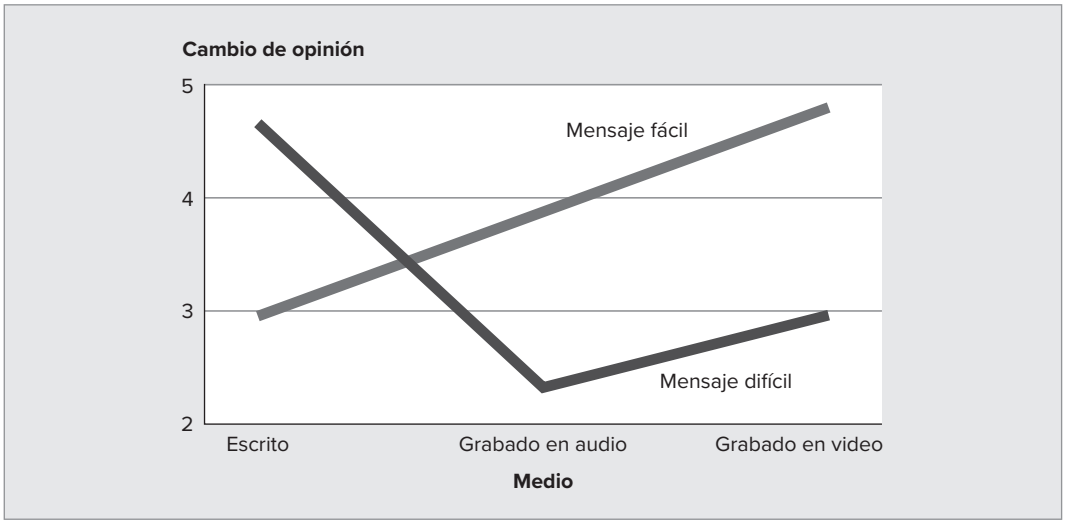


FIGURA 7.5
Los mensajes fáciles de comprender son los más persuasivos cuando se graban en video. Los mensajes difíciles son más persuasivos cuando se escriben. Así la dificultad del mensaje interactúa con el medio en la determinación de su persuasión.
Fuente: Datos de Chaiken e Eagly, 1976.

INFLUENCIA DE LOS ADULTOS EN LOS NIÑOS La comunicación fluye de los adultos a los niños; aunque, como podrán decirle la mayoría de los padres y maestros, lograr que le hagan caso no es nada fácil. Es probable que sus padres le hayan enseñado qué alimentos son sanos y cuáles no lo son. ¿Pero qué tan eficaces fueron sus enseñanzas? En un experimento, los niños leyeron una de tres versiones de una historia acerca de una niña que comía galletas de trigo: una en la que "se sentía fuerte y saludable", otra en la que "pensó que las galletas eran ricas y se sintió feliz" y una tercera en la que no había una descripción adicional. Después, los niños tuvieron la oportunidad de comer algunas galletas. ¿Adivine quién comió más? Con sorpresa, los niños que leyeron solo que la niña había comido las galletas; sin nada más. Aquellos que leyeron que eran ricas comieron menos y los que leyeron que eran saludables comieron 50% menos aún. Lo mismo sucedió en niños más pequeños a los que se les comunicó un mensaje relacionado con zanahorias (Maimaran y Fishbach, 2014). La lección: cuando esté haciendo el intento por lograr que los niños coman alimentos sanos, solo déselos y olvídese de decir nada más. Si necesita decir algo más, diga que es algo rico, no sano.

¿A QUIÉN SE LE DICE? EL PÚBLICO

La persuasión varía según quién... dice qué... por qué medio... y a quién. Consideremos dos características del público: edad y reflexión.

¿Qué edad tienen?

Como resultó evidente durante la campaña presidencial de Estados Unidos del 2016, donde Donald Trump fue el favorito contundente entre votantes mayores y Bernie Sanders entre los votantes más jóvenes, las actitudes sociales y políticas de las personas se correlacionaron con su edad. Los psicólogos sociales ofrecen dos explicaciones posibles para las diferencias de edad:

- *Una explicación de ciclo de vida*: las actitudes cambian (por ejemplo, se vuelven más conservadoras) a medida que las personas envejecen.
- *Una explicación generacional*: las actitudes *no* cambian; en términos generales, las personas mayores se aferran a las actitudes que adoptaron durante su juventud. Debido a que estas son distintas de las que están adoptando los jóvenes de la actualidad, se desarrolla una brecha generacional (la **figura 7.6** ofrece un ejemplo de una brecha generacional amplia).

En términos generales, la evidencia presta apoyo a la explicación generacional. En encuestas originales y encuestas repetidas de personas jóvenes y personas mayores durante varios años, las actitudes de las personas mayores suelen mostrar menos cambios que las de las personas más jóvenes. Como lo expresó David Sears (1979, 1986), los investigadores "casi en forma invariable encontraron efectos generacionales más que de ciclo de vida".

La adolescencia y el periodo entre los 20 y 29 años son tiempos formativos importantes (Koenig et al., 2008; Krosnick y Alwin, 1989). Durante ese periodo, las actitudes son cambiables y aquellas

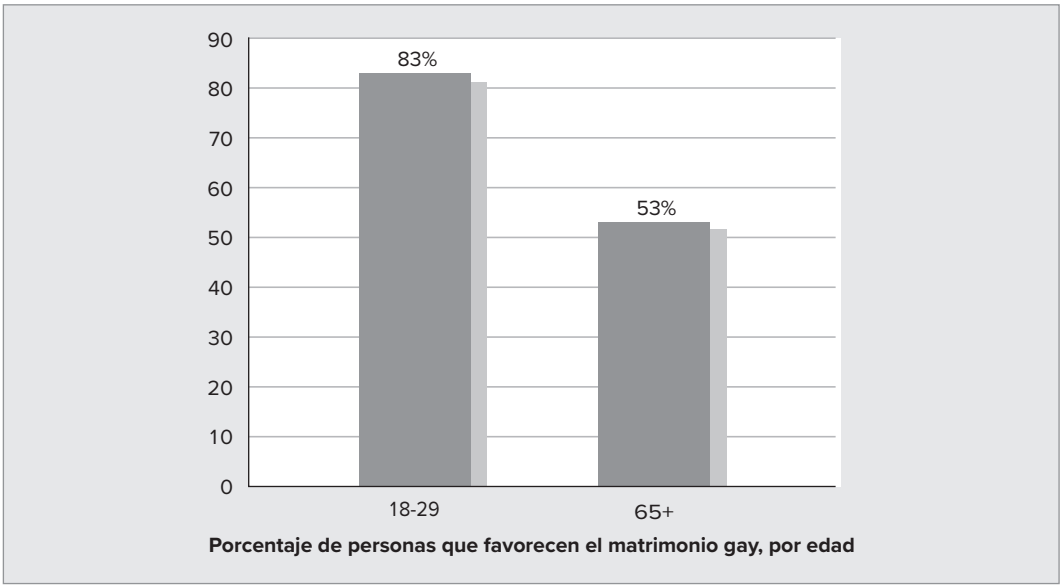


FIGURA 7.6
Brecha generacional en las actitudes estadounidenses relacionadas con el matrimonio entre personas del mismo sexo en 2016, según informes de Gallup. La explicación del ciclo de vida de las diferencias generacionales sugiere que las personas se vuelven más conservadoras con la edad. Una explicación generacional sugiere que cada generación tiende a aferrarse a las actitudes que adquirió durante sus años de adolescencia y adultez temprana.
Adaptado de http://www.gallup.com/poll/169640/sex-marriage-support-reaches-newhigh.aspx.

que se forman tienden a estabilizarse durante la adultez media. Las entrevistas de Gallup a más de 120 000 personas sugieren que las actitudes políticas que se forman a los 18 años de edad (relativamente favorecedoras hacia los republicanos durante la popular era de Reagan y más tendientes a la corriente demócrata durante la impopular era de George W. Bush) tienden a ser duraderas (Silver, 2009). La adultez temprana también es el momento en que las personas se encuentran más susceptibles a unirse a algún culto; entidades que también se encuentran influidas por varios otros elementos de la persuasión (vea "Enfoque: Cultos y persuasión").

Por ello debería aconsejarse a los jóvenes en cuanto a las influencias sociales que elijan, los grupos a los que se unan, los medios que consuman y los roles que adopten, de manera cuidadosa. Por ejemplo, James Davis (2004) descubrió que los estadounidenses que llegaron a los 16 años de edad durante el decenio de 1960 fueron, desde entonces, más políticamente liberales que el promedio. De manera muy similar a la que los anillos de los árboles pueden mostrar las marcas reveladoras de una sequía años después, las actitudes de décadas posteriores pueden revelar eventos, tales como la Guerra de Vietnam y la era de los derechos civiles de la década de 1960, que moldearon la mente adolescente y de primera adultez de esas personas. Para muchos individuos, estos años son un periodo crítico de formación de actitudes y valores.

Las experiencias de la adolescencia y primera adultez son formativas en parte porque dejan impresiones profundas y duraderas. Cuando Howard Schuman y Jacqueline Scott (1989) les pidieron a algunas personas que nombraran el evento o par de eventos más importantes del país o del mundo del último medio siglo, la mayoría recordó sucesos de su adolescencia o primeros años de adultez. Los puntos de vista políticos también se forman alrededor de esta época: un extenso análisis de patrones de votación encontró que, en un votante de 18 años de edad, la popularidad de un presidente de Estados Unidos influyó en su votación, ya sea a favor de los republicanos o de los demócratas, por el resto de su vida (Ghitza y Gelman, 2014).

Esto no significa que los adultos de mayor edad sean inflexibles. Las personas que nacieron durante el decenio de 1930 (a menudo conocidos como la Generación Silenciosa por su perspectiva conservadora) mostraron un aumento en su aprobación de ideas culturales modernas tales como el sexo premarital y las madres trabajadoras a medida que pasaron de sus cuarenta a sus setenta años de edad (Donnelly et al., 2015; Twenge et al., 2015). Al parecer, estas personas de mediana edad cambiaron junto con sus tiempos. Pocos de nosotros nos vemos libres en forma absoluta de la influencia de las normas culturales cambiantes.

¿Qué están pensando

El aspecto esencial de la persuasión de ruta central no es el mensaje sino la respuesta que evoca dentro de la mente de las personas. Nuestras mentes no son esponjas que absorben todo lo que se vierte en ellas. Si un mensaje despierta pensamientos favorables, nos persuade. Si nos provoca pensar en contraargumentos, no nos convencerá.

Enfoque

Cultos y persuasión

El 22 de marzo de 1997, Marshall Herff Applewhite y 37 de sus discípulos decidieron que había llegado el momento de deshacerse de sus cuerpos humanos (meros contenedores) para que se les transportara al espacio exterior hasta un ovni que seguía al cometa Hale-Bopp en dirección a las puertas del cielo. Así, se sedaron con fenobarbital mezclado en pudín o puré de manzana, seguido de vodka, y colocaron bolsas de plástico en sus cabezas para sofocarse mientras dormían. Años anteriores también fueron testigos de cultos que llevaron a sus seguidores a finales a menudo mortíferos, incluyendo a los habitantes del complejo de Waco, de David Koresh, que se quemó por completo en 1993, y a los discípulos de la Iglesia de la Unificación, de Jim Jones, que se suicidaron con Kool-Aid rociado con cianuro en 1978.

¿Qué es lo que persuade a la gente a abandonar sus creencias anteriores para unirse a un culto? Muchas personas podrían suponer que los miembros de un culto son personas desequilibradas e ingenuas, pero los principios psicológicos sociales de la persuasión nos ofrecen una perspectiva diferente y sugieren que las mismas estrategias que utilizan los políticos y los publicistas son las que operan, con consecuencias más graves, en los esfuerzos por reclutar a personas en cultos. Considere lo siguiente:

- Los reclutadores de la Iglesia de la Unificación invitaban a las personas a cenar y después a un fin de semana de agradable compañía e interesantes exposiciones acerca de filosofías de vida. Durante el retiro de fin de semana, alentaban a los asistentes a unirse a ellos en canto, actividades y discusión. Después, se instaba a los conversos potenciales a alistarse a retiros de capacitación más prolongados. El patrón dentro de los cultos es que las actividades se vuelven en forma gradual más arduas y culminan en la solicitud de contribuciones financieras e intentos por convertir a otros. En otras palabras, utilizan la técnica del pie en la puerta.
- Los cultos exitosos tienen por lo común un líder carismático: alguien quien atrae y dirige a sus miembros. Al igual que en los experimentos de persuasión, un comunicador creíble es alguien que el público percibe como experto y confiable; por ejemplo, el "padre" Moon. Jim Jones utilizaba "lecturas psíquicas" para establecer su credibilidad. Se pedía a los visitantes nuevos que se identificaran al entrar a la iglesia antes de los servicios religiosos. Después, alguno de sus auxiliares en forma rápida llamaba a la casa de la persona y decía: "¡Qué tal! Estamos haciendo una encuesta y nos gustaría hacerle algunas preguntas". Durante el servicio, recordó un anterior miembro, Jones llamaba a la persona por su nombre y le decía:

  > ¿Alguna vez me ha visto antes? Pues usted vive en tal y tal lugar, su número de teléfono es este y en su sala usted tiene eso, esto y aquello, y en su sofá tiene cojines de tal o cual forma... Ahora bien, ¿recuerda si alguna vez estuve en su casa? (Conway y Siegelman, 1979, p. 234)

- El público importa. Los conversos potenciales a menudo se encuentran en puntos de inflexión dentro de sus vidas, enfrentados a crisis personales o de vacaciones o viviendo alejados de casa. Tienen necesidades y el culto les ofrece una respuesta (Lofland y Stark, 1965; Singer, 1979). Gail Maeder se unió a Heaven's Gate después de que su tienda de camisetas se fuera a la bancarrota. David Moore se unió a sus 19 años de edad, justo después de terminar sus estudios de preparatoria y en busca de una dirección. Los tiempos de turbulencia económica y social son en especial conducentes a que alguien pueda darle un aparente sentido al caos (O'Dea, 1968; Sales, 1972).

De igual manera, la mayoría de las personas que han llevado a cabo bombardeos suicidas en el Medio Oriente (y en otros sitios como Bali, Madrid y Londres) eran hombres jóvenes en la transición de la adolescencia a la madurez adulta. Así como los miembros de cultos, quedan bajo la influencia de comunicadores autoritarios de orientación religiosa. Estas voces apremiantes los adoctrinan a verse a sí mismos como mártires vivientes cuyo fugaz momento de autodestrucción será su boleto de entrada a la dicha eterna y al heroísmo. Para vencer su deseo por sobrevivir, cada candidato lleva a cabo compromisos públicos (firman un testamento, escriben cartas de despedida o hacen un video donde dicen adiós) que crean un punto psicológico del que es imposible regresar (Kruglanski y Golec de Zavala, 2005). En forma típica, todo esto sucede dentro del aislamiento relativo de pequeñas células terroristas, con influencias grupales que alientan el odio hacia el enemigo.

Una de las 37 víctimas de suicidio en busca de las puertas del cielo.
©AP Images

"Estar prevenidos y, por tanto, preparados... es de forma eminente racional si nuestra creencia es verdadera; pero si nuestra creencia no es más que un engaño, esta prevención y la preparación concurrente serían de forma clara el método por el que el delirio terminaría por transformarse en incurable".

—C. S. Lewis, *El diablo propone un brindis,* 1965

HOMBRE PREVENIDO VALE POR DOS: SI TIENE EL INTERÉS SUFICIENTE EN PRESENTAR UN CONTRAARGUMENTO. ¿Qué circunstancias fomentan la contraargumentación? Una es saber que alguien va a tratar de persuadirlo. Si usted le tuviera que decir a su familia que quiere abandonar sus estudios universitarios, es probable que se anticipe a que le rogaran que no lo hiciera. Por ello, tal vez crearía una lista de argumentos que irían en contra de cualquier argumento concebible que pudieran plantearle; y entonces sería menos probable que pudieran persuadirlo (Freedman y Sears, 1965). De igual manera, en los tribunales, los abogados de la defensa en forma ocasional les advierten a los jurados acerca de la evidencia que presentará la fiscalía. Con jurados de práctica, esta táctica de "robarle el protagonismo" al contrincante neutraliza su impacto (Dolnik et al., 2003)

LA DISTRACCIÓN DESARMA LA CONTRAARGUMENTACIÓN La persuasión también se ve potenciada por alguna distracción que evite que las personas piensen en contraargumentos (Festinger y Maccoby, 1964; Keating y Brock, 1974; Osterhouse y Brock, 1970). Los participantes que leyeron un mensaje al tiempo que estaban viendo un video (y, por ende, llevando a cabo más de una tarea a la vez) tuvieron menos probabilidades de contraargumentar (Jeong y Hwang, 2012). Los anuncios políticos con frecuencia utilizan esta técnica. Las palabras promueven al candidato y las imágenes visuales nos mantienen tan ocupados que no analizamos las palabras. La distracción es en particular eficaz cuando el mensaje es simple (Harkins y Petty, 1982; Regan y Cheng, 1973). Sin embargo, hay ocasiones en que la distracción evita que procesemos un anuncio. Eso ayuda a explicar la razón por la que es tan frecuente que los anuncios que se muestran durante programas de televisión violentos o sexuales se olvidan o resultan ineficaces (Bushman, 2005, 2007).

LOS PÚBLICOS DESINTERESADOS UTILIZAN SEÑALES PERIFÉRICAS Recuerde las dos rutas de la persuasión: la ruta central del pensamiento sistemático y la ruta periférica de las señales heurísticas. Como un camino que serpentea por un pequeño pueblo, la ruta central inicia y se detiene varias veces a medida que la mente analiza argumentos y formula respuestas. Al igual que la supercarretera que pasa junto al mismo pueblo, la ruta periférica lleva a las personas a su destino a toda velocidad. Las personas analíticas (aquellas con una elevada **necesidad de cognición**) disfrutan del pensamiento cuidadoso y prefieren las rutas centrales (Cacioppo et al., 1996). A aquellas personas que les gusta ahorrar sus recursos mentales (los que tienen una baja necesidad de cognición) responden con mayor velocidad a las señales periféricas tales como el atractivo del comunicador y lo agradable de los alrededores. En un estudio, se les pidió a algunos estudiantes que imaginaran que estaban planeando un viaje de vacaciones de primavera y que trataran de decidir un destino. Después accedieron a los sitios web turísticos de cinco de las ciudades más visitadas en Estados Unidos (Los Ángeles, Nueva York, San Francisco, Orlando y Miami). Los alumnos más interesados en un destino en particular se vieron más persuadidos por el enfoque de la información proporcionada en el sitio web (la ruta central), mientras que los menos interesados se centraron más en el diseño del sitio web (la ruta periférica) (Tang et al., 2012).

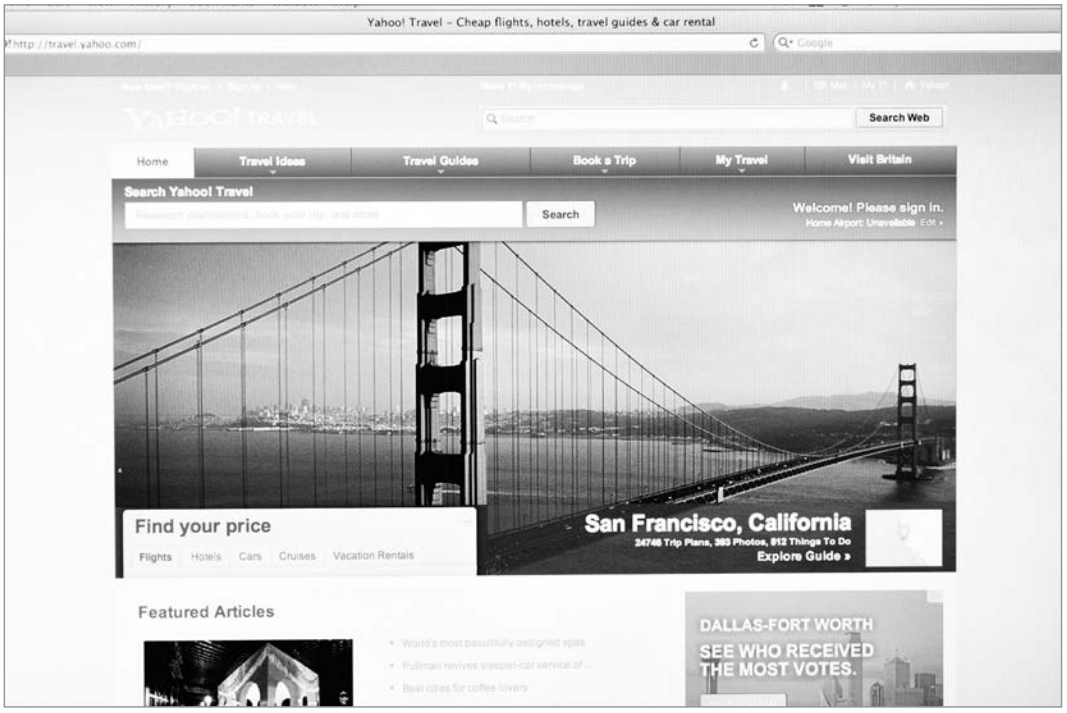
necesidad de cognición
La motivación por pensar y analizar. Se evalúa por medio de la concordancia con afirmaciones tales como "La idea de pensar de manera abstracta me es atractiva" y por el desacuerdo con reactivos tales como "Solo pienso lo mucho que es indispensable".

Esta sencilla teoría, que *lo que pensamos en respuesta a un mensaje es crucial*, en especial si nos vemos motivados y en capacidades de pensar en él, generó muchas predicciones, la mayoría de las cuales se ha visto confirmada (Axsom et al., 1987; Haddock et al., 2008; Harkins y Petty, 1987). Muchos experimentos exploraron la forma de estimular el pensamiento en la gente

- mediante el uso de *preguntas retóricas*;
- a través de la presentación de *múltiples oradores* (por ejemplo, haciendo que cada uno de tres oradores presente un argumento en lugar de hacer que un solo orador presente los tres);
- haciendo que las personas se *sientan responsables* de evaluar o pasar el mensaje;
- mediante la *repetición* del mensaje; o
- tratando de obtener la *atención sin distracciones* de las personas.

El hallazgo consistente mediante cada una de estas técnicas: *estimular el pensamiento hace que los mensajes poderosos sean más persuasivos y* (a causa de la contraargumentación) *que los mensajes débiles sean menos persuasivos*.

Esta teoría también tiene implicaciones prácticas. Los comunicadores eficaces no solo tienen interés en sus imágenes y mensajes, sino también en la manera en que es probable que reaccionen sus públicos. Los mejores profesores logran que sus alumnos piensen de forma activa: plantean preguntas retóricas, proporcionan ejemplos intrigantes y desafían a sus alumnos con problemas difíciles. Tales técnicas fomentan la ruta central de la persuasión. En las clases en que la instrucción sea menos interesante, usted todavía puede proporcionarse un procesamiento central. Si piensa en el material y desarrolla más los argumentos, es probable que tenga un mejor desempeño en el curso.



¿Usted se centra más en la información de este sitio web o en su diseño? Su respuesta podría depender de lo mucho que le interesa visitar San Francisco.
©NetPhotos/Alamy Stock Photo

EN RESUMEN: ¿Cuáles son los elementos de la persuasión?

- ¿Qué hace eficaz a la persuasión? Los investigadores exploraron cuatro factores: el comunicador (quién lo dice), el mensaje (lo que se dice), *el canal* (cómo se dice) y el público (a quién se le dice).
- Los comunicadores *creíbles* tienden a ser persuasivos. Las personas que hablan en forma fluida y rápida parecen más creíbles. También sucede lo mismo en el caso de personas que argumentan en contra de sus intereses propios. Un comunicador *atractivo* es en especial eficaz en cuestiones de gustos y de valores personales.
- Asociar el mensaje con sentimientos positivos lo hace más convincente. A menudo, las personas hacen juicios más rápidos y menos meditados cuando están de buenas. Los mensajes que despiertan el temor también pueden ser eficaces, en especial si los receptores se sienten vulnerables, pero tienen la capacidad de tomar medidas de prevención.
- Es más probable que las personas le hagan un favor pequeño si se les pide un favor más grande primero (la *técnica de la puerta en la cara*), y es más probable que acuerden en hacer un favor grande si acordaron hacer un favor más pequeño antes (*fenómeno del pie en la puerta*). Una variación del fenómeno de pie en la puerta es el de la *técnica de la bola baja*, en la que un vendedor ofrece un precio de remate, obtiene el compromiso del comprador y después aumenta el precio.
- Lo mucho que un mensaje debe discrepar de las opiniones existentes del público dependerá de la credibilidad del comunicador. Y el que un mensaje unilateral o bilateral sea más persuasivo dependerá de si el público ya concuerda con el mensaje, de que no esté al tanto de argumentos contrarios y de que tenga pocas probabilidades posteriores de considerar la oposición.
- Cuando se presentan los dos lados de un argumento de manera separada, es frecuente que el *efecto de primacía* haga que el primer mensaje sea más persuasivo. Si existe una brecha temporal entre las presentaciones, el resultado más probable será un *efecto de novedad* en el que predomine el segundo mensaje.
- Otra consideración importante es la forma en que se comunica el mensaje. Por lo general, cara a cara es lo que mejor funciona. Los medios impresos pueden resultar eficaces en caso de mensajes complejos. Los medios masivos pueden resultar eficaces cuando el tema es poco importante o desconocido y cuando los medios llegan a los líderes de opinión.
- Por último, importa quién recibe el mensaje. La edad del público hace una diferencia; las actitudes de los jóvenes están más sujetas al cambio. ¿Qué piensa el público al momento en que recibe el mensaje? ¿Tienen pensamientos favorables? ¿Presentan contraargumentos? ¿Están prevenidos?

¿CÓMO SE PUEDE RESISTIR A LA PERSUASIÓN?

Identifique algunas tácticas para *resistirse* a la influencia. ¿Cómo podríamos preparar a las personas para resistirse a la persuasión indeseada?

Los entrenadores de artes marciales dedican la misma cantidad de tiempo a la enseñanza de bloqueos defensivos, desvíos y paradas que a la enseñanza de técnicas de ataque. "En el campo de batalla de la influencia social", señalan Brad Sagarin y colaboradores (2002), los investigadores se centraron más en los ataques persuasivos que en la defensa. Dejarnos persuadir es algo que nos viene de naturaleza, informan Daniel Gilbert y colaboradores (1990, 1993). Es más fácil aceptar mensajes persuasivos que dudar de ellos. *Comprender* una afirmación (por ejemplo, que los lápices de grafito son un peligro para la salud) es *creerla*; al menos de forma temporal, hasta que uno anule en forma activa la aceptación automática inicial. Si un evento distractor evita tal anulación, la aceptación perdurará.

No obstante, al contar con las bendiciones de la lógica, la información y la motivación, sí nos resistimos a las falsedades. Si el uniforme del experto en reparaciones y el título del médico nos intimidaron lo bastante como para acceder de forma irreflexiva, podemos repensar nuestras respuestas habituales a la autoridad. Podemos buscar mayor información antes de comprometer nuestro tiempo o nuestro dinero. Podemos cuestionar aquello que no comprendamos.

INOCULACIÓN DE ACTITUDES

William McGuire se planteó una interrogante: ¿es posible "vacunar" a las personas contra la persuasión de manera similar a como las inoculamos contra un virus? ¿Existe tal cosa como la **inoculación de actitudes**? Encontró lo siguiente: cuando a los participantes se les "inmunizaba" mediante la escritura de un ensayo donde refutaban una crítica leve en contra de alguna de sus creencias, eran más capaces de resistir una crítica más enérgica más adelante (McGuire, 1964).

inoculación de actitudes
Exponer a las personas a críticas débiles contra sus actitudes para que tengan refutaciones disponibles cuando se presenten críticas más enérgicas.

Desarrollo de contraargumentos

Una manera en que puede suceder esta inoculación es llevando a las personas a pensar en **contraargumentos**: razones por las que un mensaje persuasivo podría estar errado. Robert Cialdini y sus colaboradores (2003) se preguntaron cómo traer contraargumentos a la mente en respuesta a los anuncios de un oponente. La respuesta, sugieren, es una defensa de "parásito venenoso"; una que combina un veneno (contraargumento poderoso) con un parásito (semejanzas con el anuncio del contrincante). En sus estudios, los participantes que vieron un anuncio político familiar se sintieron persuadidos al mínimo por él si antes habían visto un contraargumento colocado sobre una réplica del anuncio. Así, ver el anuncio de nuevo también les trajo a la mente los contraargumentos penetrantes. Por ejemplo, los anuncios contra el tabaquismo hicieron esto de manera eficaz recreando un anuncio del "Hombre Marlboro" ambientado en exteriores rurales pero que muestran a un vaquero decrépito que está tosiendo. Estos anuncios utilizan imágenes similares a las originales, pero destacan el poderoso contraargumento de que fumar es dañino para la salud.

contraargumentos
Razones por las que podría estar errado un mensaje persuasivo.

Los contraargumentos también entraron en juego cuando el psicólogo Christopher Bryan y sus colaboradores (2016) se preguntaron cómo podían persuadir a los adolescentes de elegir botanas más saludables. En una institución de educación media de Texas, un grupo de estudiantes de octavo grado recibió el habitual llamado a una alimentación más sana en su clase de salud. Pero a otro grupo se le informó que la industria alimentaria utilizaba estrategias manipulativas y engañosas para venderles alimentos chatarra a los jóvenes y se describió a los ejecutivos de la industria como "adultos controladores e hipócritas". Cuando más tarde se les dio la oportunidad de elegir las botanas para una fiesta del grupo, los adolescentes que escucharon los contraargumentos de que la comida chatarra era el engaño de personas mayores para generar ganancias fáciles tuvieron mayores probabilidades de favorecer zanahorias y agua en lugar de galletas y sodas. ¿La lección? Hay más probabilidades de que los adolescentes ingieran comida más sana si se argumenta en forma de rebelión.

¿Podría la inoculación de actitudes ayudar a contrarrestar el creciente problema de las *fake news* (los artículos noticiosos falsos que a menudo se comparten en redes sociales)? Sander van der

Linden y sus colaboradores (2017) expusieron a participantes a un artículo de *fake news* que afirmaba que los científicos aún no habían alcanzado un consenso en cuanto a si el calentamiento global era ocasionado por los seres humanos (una afirmación por completo falsa: 97% de los científicos del clima coincide con que es así). Aquellos que vieron la aseveración falsa tuvieron más probabilidades de creer que no se había llegado a un consenso. Pero los lectores a los que se les advirtió que "grupos políticamente motivados" utilizaban "tácticas engañosas" para afirmar que no había tal consenso, con lo que se les ayudaba a formular un contraargumento, tuvieron menos probabilidades de creer la afirmación falsa. En un metaanálisis de 52 estudios, los investigadores hallaron que las aseveraciones falsas tenían mayores probabilidades de persistir si a las personas solo se les decía que eran erróneas. Pero si las personas adquirían contraargumentos detallados, había mayores probabilidades de que las falsas creencias se descartaran (Chan et al., 2017). De modo que si su amigo de Facebook difunde algún tipo de *fake news*, no se limite a decirle que está en lo incorrecto: agregue información que la desmienta por completo.

Cómo inocular a los niños contra la presión de sus pares para que fumen

Considere la manera en que los hallazgos de investigaciones de laboratorio pueden conducir a aplicaciones prácticas. Un equipo de investigación hizo que estudiantes de educación media superior "inocularan" a sus compañeros de séptimo grado a fin de que no fumaran a pesar de la presión de sus compañeros (McAlister et al., 1980). A los chicos de educación media se les enseñó a responder a anuncios con contraargumentos. También participaron en juegos de rol en los que, después de que se les llamara "cobardes" por no tomar un cigarrillo, respondían con afirmaciones como "Cobarde sería si fumara solo para impresionarte". Después de varias sesiones como esta durante el séptimo y el octavo grados, los estudiantes inoculados tuvieron menos de 50% de probabilidades de empezar a fumar que los estudiantes no inoculados de otra institución de educación media; una que tenía una tasa de tabaquismo paterno idéntica a la primera (**figura 7.7**).

Otros equipos de investigación confirmaron que los procedimientos de inoculación reducen el tabaquismo adolescente (Botvin et al., 1995, 2008; Evans et al., 1984; Flay et al., 1985). La mayoría de los esfuerzos más novedosos resaltan las estrategias para resistirse a la presión social. Un estudio expuso a alumnos de sexto a octavo grado a películas antitabaquismo, o a información relacionada con el tabaquismo junto con juegos de rol en los que los alumnos mismos generaban maneras de rehusarse a fumar (Hirschman y Leventhal, 1989). Un año y medio después, 31% de los alumnos que habían visto las películas antitabaquismo empezaron a fumar. Entre aquellos que participaron en los juegos de rol, solo 19% empezó a fumar.

Los programas educativos de prevención contra el uso de drogas o tabaco también aplican otros principios de la persuasión. Despiertan el propio procesamiento cognitivo de los alumnos ("Estas son algunas de las cosas que podrías querer considerar"). Convencen a los alumnos de hacer compromisos públicos (tomando una decisión razonada relacionada con el tabaquismo y después anunciándosela, junto con su razonamiento, a sus compañeros de clase). Estos llamados y otros parece que funcionaron: solo 10.5% de los estudiantes del último año de educación media superior informaron haber fumado cigarrillos de tabaco en el último mes de 2016 a diferencia del 38% de 1976. La nueva preocupación se relaciona con los cigarrillos electrónicos, que 12% de este mismo segmento educativo utilizó en el último mes de 2016 (Johnston et al., 2017).

Cómo inocular a los niños contra la influencia de la publicidad

Bélgica, Dinamarca, Grecia, Irlanda, Italia y Suecia, en conjunto, limitan la publicidad dirigida a los niños (McGuire, 2002). En Estados Unidos, señala Robert Levine en *The Power of Persuasion: How We're Bought and Sold*, el niño promedio ve más de 10 000 comerciales por año. "Hace dos décadas, señala, los niños bebían el doble de leche que de sodas. Gracias a la publicidad, esa tasa se revirtió" (2003, p. 16).

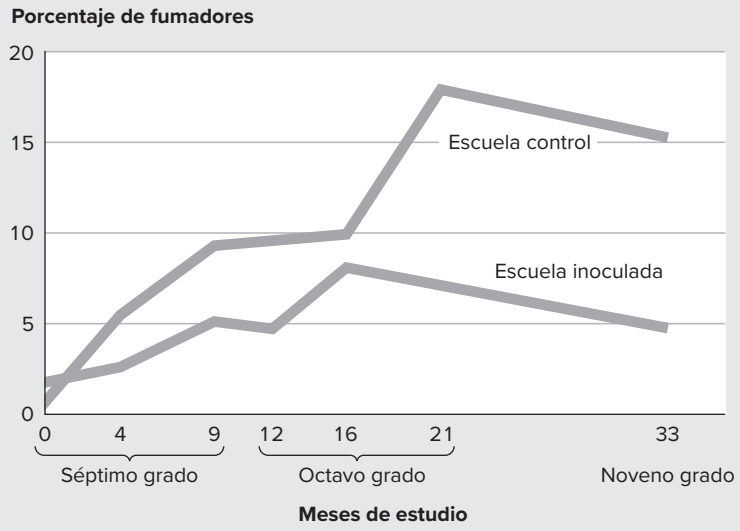
En la esperanza de limitar la influencia de la publicidad, los investigadores han estudiado la manera de inmunizar a los niños pequeños contra los efectos de los comerciales de televisión. En parte, su investigación se vio motivada por estudios que demuestran que los niños, en especial aquellos menores de ocho años de edad (1) tienen dificultades para distinguir entre comerciales y programas y no logran comprender sus intentos de persuasión, (2) confían en la publicidad televisiva de manera bastante indiscriminada, y (3) atosigan a sus padres para que les compren los productos anunciados

"En general, mis hijos se rehúsan a comer cualquier cosa que no haya bailado en televisión".

—Erma Bombeck

FIGURA 7.7

El porcentaje de fumadores de tabaco en una escuela de educación media inoculada fue muy inferior en comparación con el de la escuela control equiparada, donde se utilizó un programa educativo antitabaquismo más convencional.
Fuente: datos de McAlister et al., 1980; Telch et al., 1981.



"Cuando de consumidores infantiles se trata, nosotros en General Mills seguimos el modelo de Procter & Gamble de 'desde la cuna hasta la tumba'... Creemos en agarrarlos jóvenes para tenerlos de por vida".

—Wayne Chilicki, General Mills (citado por el Motherhood Project, 2001)

(Adler et al., 1980; Feshbach, 1980; Palmer y Dorr, 1980). Al parecer, los niños son el sueño de los publicistas: crédulos, vulnerables y fáciles de persuadir.

Armados con estos hallazgos, algunos grupos de ciudadanos les han leído la cartilla a los publicistas de tales productos (Moody, 1980): "Cuando un comerciante sofisticado gasta millones de dólares para venderles un producto poco saludable a niños confiados y carentes de sofisticación, no hay otra manera de definirlo más que como explotación". En la "Mothers' Statement to Advertisers" ("Declaración de las madres a los publicistas") (Motherhood Project, 2001), una amplia coalición de mujeres hicieron eco de este ultraje:

> Para nosotras, nuestros hijos son regalos incalculables. Para ustedes, nuestros hijos son sus clientes y la infancia no es más que un "segmento de mercado" que explotar... La línea entre satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores y crearlos se cruza cada vez con mayor frecuencia y su caterva de expertos capacitados y creativos estudia, analiza, persuade y manipula a nuestros niños... Los mensajes impulsores son: "Te mereces un descanso el día de hoy", "Hazlo a tu manera", "Sigue tus instintos. Obedece a tu sed", "Solo hazlo", "Sin fronteras" y "¿Tienes el antojo?". Estos [ejemplifican] el mensaje dominante de la publicidad y el *marketing*: que la vida se trata de una gratificación instantánea y egoísta y del mero materialismo.

Los niños son el sueño de los publicistas. Por ello los investigadores estudiaron las formas de inocular a los niños en contra de los más de 10 000 comerciales que ven al año, muchos a causa de que se la pasan pegados a sus televisores.
©BananaStock/Getty Images

Y con la cantidad de publicidad que se está pasando al ciberespacio, hay nuevas preocupaciones. Por ejemplo, es posible que los niños pequeños no reconozcan que los juegos en línea que juegan (como "La cacería del mapa del tesoro" del cereal Fruit Loops o "Sonidos felices" en el sitio web de MacDonald's) en realidad no son más que publicidad, a menudo de alimentos poco saludables (An y Kang, 2013). En un experimento, niños de siete y ocho años de edad que jugaron estos videojuegos publicitarios tuvieron mayores probabilidades de elegir alimentos más altos en azúcar y grasas que aquellos que no los jugaron (Mallinckrodt y Mizerski, 2007).

Al extremo contrario se encuentran los intereses comerciales. Afirman que los anuncios les permiten a los padres enseñarles habilidades de consumo a sus hijos y, más importante, financian los programas televisivos infantiles. En Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio se ha encontrado en medio, en un estire y afloje entre los hallazgos de investigación y las presiones políticas, mientras intenta decidir si establecer nuevas limitaciones en comerciales televisivos de alimentos poco saludables y

películas clasificadas para adultos pero dirigidas a jóvenes menores de edad.

Mientras tanto, los investigadores encontraron que algunos chicos de séptimo grado que viven en zonas urbanas marginales o problemáticas y que pueden pensar de manera crítica acerca de los anuncios (que tienen habilidades de resistencia a los medios) también tienen una mejor resistencia a la presión de sus pares cuando llegan al octavo grado y tienen menos probabilidades de beber alcohol cuando llegan al noveno grado (Epstein y Botvin, 2008). Los investigadores también se han preguntado si es posible enseñarles a los niños a resistirse a los anuncios engañosos. En un esfuerzo de este tipo, algunos niños de educación primaria del área de Los Ángeles recibieron tres lecciones de media hora de duración en análisis de comerciales. A los niños se les inoculó viendo los comerciales y discutiéndolos. Por ejemplo, justo después de ver el comercial para un juguete, se les proporcionó este y se les retó a hacer que el juguete hiciera exactamente lo mismo que habían visto en el comercial (Feshbach, 1980; S. Cohen, 1980). Tales experiencias ayudaron a generar una comprensión más realista de los comerciales.

Es posible que los niños no se den cuenta de que los juegos en línea no son más que publicidad; o que un cereal que tenga la palabra "fruta" en su nombre en realidad no contiene fruta alguna.

Los defensores de los consumidores temen que esta inoculación sea insuficiente. Mejor limpiar el aire que tener que usar una máscara de gases. Por ello no resulta sorprendente que los padres resientan que los comerciantes les anuncien productos a sus hijos y que después los coloquen dentro de las tiendas en repisas bajas donde los niños los verán, los tomarán y empezarán a rogar que se les compren. Por esa razón, insiste el "Mother's Code for Advertisers" ("Código materno para los publicistas") no debe haber publicidad en las escuelas, no deben dirigirse anuncios a niños de menos de ocho años de edad, no debe haber colocación de productos en películas y programas para niños y adolescentes, y no debe haber anuncios dirigidos a niños y adolescentes donde "se promueva una ética de egoísmo y se haga hincapié en la gratificación instantánea" (Motherhood Project, 2001).

IMPLICACIONES DE LA INOCULACIÓN DE ACTITUDES

La mejor manera de crear una resistencia al lavado de cerebros lo más probable es que no se limite a un adoctrinamiento más enérgico en las propias creencias actuales. Si los padres están preocupados porque sus hijos pudieran empezar a fumar, lo mejor que podrían hacer es enseñarles a estos la manera de contrarrestar los llamados persuasivos a fumar.

Por esa misma razón, los educadores deben desconfiar de crear un "ambiente ideológico libre de gérmenes" en sus escuelas e iglesias. Las personas que viven rodeadas de puntos de vista diversos se vuelven más capaces de discernir y tienen mayores probabilidades de modificar sus perspectivas solo en respuesta a argumentos creíbles (Levitan y Visser, 2008). Además, una crítica a la perspectiva propia, si se refuta, tiene mayores probabilidades de solidificarla que de socavarla, en especial si el material amenazante puede examinarse con otras personas de mentalidad parecida a la nuestra (Visser y Mirabile, 2004). Los cultos aplican este principio previniendo a sus miembros acerca la manera en que sus familiares y amigos criticarán las creencias del culto. Cuando se presenta el desafío esperado, el miembro ya está preparado con diversos contraargumentos.

EN RESUMEN: ¿Cómo se puede resistir a la persuasión?

- ¿De qué manera las personas se resisten a la persuasión? El *desarrollo de contraargumentos* puede ser de utilidad.
- Una crítica leve también puede servir como especie de *inoculación*, estimulándonos a desarrollar contraargumentos que después estarán disponibles en caso de que se presente un ataque más intenso.
- De manera paradójica, esto implica que una manera de fortalecer las creencias existentes es poniéndolas a prueba, aunque el desafío no debe ser tan fuerte que las supere.

POSDATA:
Ser abierto, pero no ingenuo

Como receptores de la persuasión, nuestra tarea como humanos es vivir en la tierra que se encuentra entre la credulidad y el cinismo. Algunas personas dicen que ser sujeto de la persuasión es una debilidad. "Piensa por ti mismo", nos insisten. ¿Pero estar cerrados a la influencia de la información es una virtud o acaso no es el distintivo de un fanático? ¿Cómo podemos vivir con humildad y ser abiertos a los demás al mismo tiempo que somos consumidores críticos de los llamados persuasivos?

Para ser abiertos, debemos asumir que cada persona a la que conocemos es superior a nosotros en algún sentido. Cada persona con la que nos topemos tendrá algún conocimiento que supere el nuestro y, por consecuencia, tendrá algo que enseñarnos. Al relacionarnos, debemos pensar de manera crítica pero, al mismo tiempo, aprender de esta persona y corresponderle compartiéndole nuestros propios conocimientos.

Influencia del grupo

CAPÍTULO

8

©Peter Muller/Image Source

“Nunca dudes que un grupo pequeño de ciudadanos reflexivos y comprometidos pueda cambiar al mundo”.

—Atribuido a la antropóloga Margaret Mead.

Vivimos en grupos. Nuestro mundo contiene no solo a 7.5 mil millones de individuos, sino también a 195 países y a cientos de millones de otros grupos formales e informales: parejas que salen a cenar, compañeros de departamento que se reúnen a pasar el rato, equipos de trabajo que plantean estrategias. ¿Cómo influyen estos grupos en nosotros? ¿Y cómo influyen los individuos dentro de ellos?

Examinaremos varios fenómenos interesantes de la influencia grupal. Pero primero, lo primero: ¿qué es un grupo y por qué existen los grupos?

¿Qué es un grupo?

Facilitación social: ¿cómo nos afecta la presencia de los demás?

Holgazanería social: ¿los individuos ejercen menor esfuerzo en un grupo?

Desindividuación: ¿cuándo pierden las personas su sentido del yo dentro de los grupos?

Polarización grupal: ¿los grupos intensifican nuestras opiniones?

Pensamiento grupal: ¿los grupos obstaculizan o ayudan a las buenas decisiones?

La influencia de la minoría: ¿cómo influyen los individuos en el grupo?

Posdata: ¿Los grupos son malos para nosotros?

¿QUÉ ES UN GRUPO?

Defina al *grupo*.

La respuesta a esta pregunta parecería evidente, hasta que varias personas comparan sus definiciones. ¿Los compañeros que salen a correr forman un grupo? ¿Los pasajeros de un avión lo son? ¿El grupo se conforma por aquellos que se identifican entre sí, que tienen un sentido de pertenencia en común? ¿El grupo está formado por aquellos que comparten objetivos comunes y dependen unos de otros? ¿Se forma cuando los individuos se organizan? ¿Cuando sus

En vista de lo que ya aprendió, ¿piensa que este es un grupo? ¿Qué preguntas haría para averiguarlo?
©Hill Street Studios/Tobin Rogers/Blend Images

relaciones perduran a lo largo del tiempo? Estas se encuentran entre las definiciones de grupo de la psicología social (McGrath, 1984).

El experto en dinámica de grupo, Marvin Shaw (1981), argumenta que todos los grupos tienen una cosa en común: sus miembros interactúan. Por ende, define a un **grupo** como dos o más personas que interactúan y que influyen unas sobre otras. Entonces, un par de compañeros que salen a correr constituyen, en efecto, un grupo.

Diferentes grupos nos ayudan a satisfacer necesidades humanas distintas: de *afiliación* (para pertenecer y relacionarse con los demás), de *logro* y para adquirir *identidad social* (Johnson et al., 2006). A diferencia de los grandes simios, los humanos somos "el animal cooperativo", "el animal ultrasocial" (Tomasello, 2014). Desde nuestros primeros ancestros hasta el presente, hemos colaborado de manera intencional para buscar alimento y cazar.

Según la definición de Shaw, los estudiantes que trabajan de manera individual en una sala de cómputo no son un grupo. Aunque físicamente están juntos, son más un conjunto de individuos que un grupo interactivo (aunque es posible que cada uno forme parte de un grupo con otras personas dispersas en un chat en línea). La distinción entre individuos no relacionados en un laboratorio de cómputo e individuos que interactúan a veces es confusa. Como veremos, la gente que solo está en presencia de otros a veces tiene influencia en ellos. Y en un partido de fútbol, es posible que percibamos que "nosotros" somos aficionados, en contraste con "ellos" que son aficionados del equipo contrario.

grupo
Dos o más personas que, por un tiempo mayor a unos cuantos instantes, interactúan, influyen unas sobre otras y se perciben como "nosotros".

En este capítulo, consideramos tres efectos de la mera presencia de los demás: la *facilitación social*, la *holgazanería social* y la *desindividuación*. Estos tres fenómenos pueden ocurrir con interacción mínima (en situaciones de grupo mínimo). Luego consideraremos tres ejemplos de influencia social en grupos que interactúan: la *polarización social*, el *pensamiento grupal* y la *influencia de la minoría*.

EN RESUMEN: ¿Qué es un grupo?

- Un *grupo* existe cuando dos o más personas interactúan por un tiempo mayor a unos cuantos instantes, se afectan de algún modo entre sí y se consideran como "nosotros".

FACILITACIÓN SOCIAL: ¿CÓMO NOS AFECTA LA PRESENCIA DE LOS DEMÁS?

Describa cómo nos afecta la mera presencia de otra persona, de la gente que solo está presente como un público pasivo o como coactores.

coactores
Coparticipantes que trabajan de manera individual en una actividad no competitiva.

LA MERA PRESENCIA DE LOS DEMÁS

Hace más de un siglo, Norman Triplett (1898), psicólogo interesado en las carreras de bicicletas, se percató de que los tiempos de los ciclistas eran más rápidos cuando corrían juntos que cuando cada uno corría solo contra reloj. Antes de meterle velocidad a su corazonada (que la presencia de los otros eleva el desempeño), Triplett llevó a cabo uno de los primeros experimentos de laboratorio de la psicología social. Los niños a los que se les dijo que enrollaran sedal en un carrete

de pesca con la mayor rapidez posible lo hicieron más rápido cuando trabajaban con coactores con los que competían, que si trabajaban solos. "La presencia corporal del otro concursante... sirve para liberar la energía latente", concluyó Triplett.

Un reanálisis moderno de los datos de Triplett reveló que la diferencia no alcanzó la significancia estadística (Stroebe, 2012; Strube, 2005). Sin embargo, los experimentos posteriores sí encuentran que la presencia de otras personas condujo a la gente a resolver más rápido problemas simples de multiplicación y tachar determinadas letras. También mejora la precisión en tareas motrices simples, como mantener en contacto una barra de metal con un disco del tamaño de una moneda de diez centavos sobre una plataforma giratoria en movimiento (F. H. Allport, 1920; Dashiell, 1930; Travis, 1925). Este efecto de **facilitación social** también ocurre con los animales. En presencia de otros miembros de su especie, las hormigas excavan más arena, los pollos comen más grano y las parejas sexualmente activas de ratas se aparean con más frecuencia (Bayer, 1929; Chen, 1937; Larsson, 1956).

Pero, un momento: en otras tareas, la presencia de otros *obstaculiza* el desempeño. Las cucarachas, los periquitos y los pinzones verdes aprenden a salir de laberintos con mayor lentitud cuando están en presencia de otros (Allee y Masure, 1936; Gates y Allee, 1933; Klopfer, 1958). Este efecto de alteración también ocurre en personas. La presencia de otros disminuye la eficacia en el aprendizaje de sílabas sin sentido, en encontrar la salida de un laberinto y en resolver problemas complejos de multiplicación (Dashiell, 1930; Pessin, 1933; Pessin y Husband, 1933).

Facilitación social: ¿usted corre más rápido cuando va en bicicleta con otras personas?
©Tetra Images - Shawn O'Connor/Brand X Pictures/Getty Images

facilitación social
(1) Significado original: la tendencia de las personas a ejecutar mejor las tareas simples o bien aprendidas cuando otros están presentes.
(2) Significado actual: el fortalecimiento de las respuestas dominantes (prevalecientes, probables) en presencia de otros.

Decir que la presencia de los demás a veces facilita el desempeño y a veces lo obstaculiza es tan satisfactorio como el típico pronóstico climático en Escocia, que predice la posibilidad de cielos soleados pero indica que, por otro lado, también podría llover. Para 1940, la investigación sobre facilitación social paró en seco y se quedó inerte durante 25 años, hasta que despertó al recibir el toque de una nueva idea.

El psicólogo social, Robert Zajonc (1923-2008), se preguntó si estos hallazgos en apariencia contradictorios podían reconciliarse. Como a menudo sucede con los momentos creativos en la ciencia, Zajonc (1965) utilizó un campo de investigación para iluminar otro. La iluminación vino de un principio de la psicología experimental que está bien establecido: la activación mejora cualquier tendencia dominante de respuesta. El aumento en activación mejora el desempeño en tareas fáciles para las que la respuesta más probable (dominante) es correcta. La gente resuelve anagramas fáciles, como *tator*, con más rapidez cuando presenta activación. En tareas complejas, para las que la respuesta correcta no es dominante, el aumento en activación promueve la respuesta *incorrecta*. En anagramas más difíciles, como *colisebo* (*obelisco*), las personas tienen peor desempeño cuando aumenta la activación.

¿Este principio puede resolver el misterio de la facilitación social? Parecería razonable suponer que la presencia de otros activa o energiza a la gente (Mullen et al., 1997); la mayoría de nosotros podemos recordar sentirnos tensos o estimulados frente a un público. Si la activación social facilita las respuestas dominantes, debería *incentivar el desempeño en tareas fáciles y perjudicar el desempeño en tareas difíciles*.

"El mero contacto social engendra... una estimulación del espíritu animal que eleva la eficacia de cada trabajador individual".
—Karl Marx, *El capital,* 1867

Con esa explicación, los resultados confusos tuvieron sentido. Enrollar sedal en carretes de pesca, resolver problemas simples de multiplicación y comer eran, todas, tareas sencillas, con respuestas bien aprendidas y dominantes. Como es obvio, la presencia de otras personas fomentaba el desempeño.

Aprender material nuevo, recorrer un laberinto y resolver problemas matemáticos complejos eran tareas más difíciles con respuestas correctas que de inicio eran menos probables. En estos casos, la presencia de otros aumentaba el número de respuestas *incorrectas* en estas tareas.

De modo que la misma regla general, *la activación facilita las respuestas dominantes*, funcionaba en ambos casos (**figura 8.1**). De pronto, los que en apariencia eran resultados contradictorios ya no lo parecían.

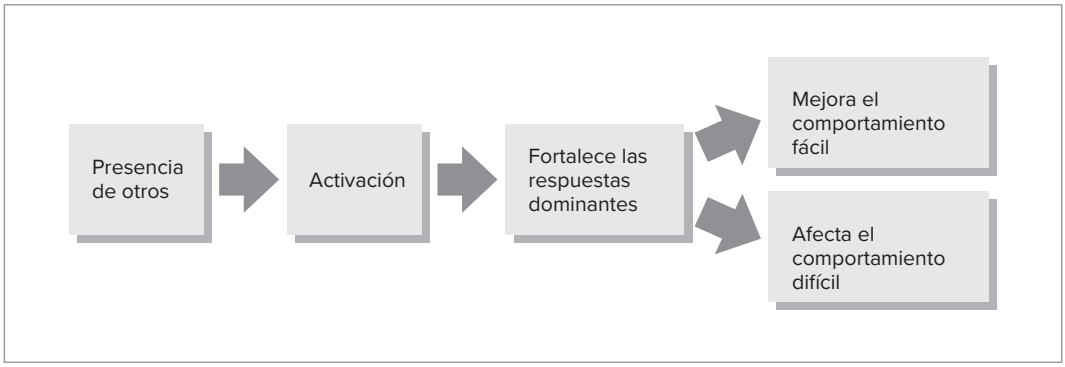


FIGURA 8.1
Los efectos de la activación social
Robert Zajonc reconcilió los hallazgos en apariencia conflictivos al proponer que la activación por la presencia de otros fortalece las respuestas dominantes (las respuestas correctas solo en tareas fáciles y bien aprendidas).

"El descubrimiento consiste en ver lo que todos han visto y pensar lo que nadie pensó".

—Albert von Szent-Györgyi, *The Scientist Speculates,* 1962

La solución de Zajonc, tan sencilla y elegante, hizo que otros psicólogos sociales pensaran lo que se le ocurrió a Thomas H. Huxley después de leer *El origen de las especies* de Darwin: "¡Qué gran estupidez que no se me haya ocurrido eso!". Parecía obvio, una vez que Zajonc lo señaló. Sin embargo, las piezas encajan así de bien solo viéndolas a posteriori. ¿La solución sobreviviría las pruebas experimentales directas?

Después de casi 300 estudios con más de 25 000 personas, la solución sobrevivió (Bond y Titus, 1983; Guerin, 1993, 1999). La activación social facilita las respuestas dominantes, sean correctas o incorrectas. Por ejemplo, Peter Hunt y Joseph Hillery (1973) encontraron que, en presencia de otros, los estudiantes requerían menos tiempo para aprender un laberinto sencillo y más tiempo para aprender uno complejo (¡igual que las cucarachas!). Y James Michaels y sus colaboradores (1982) encontraron que los buenos jugadores de billar en una asociación estudiantil (que lograban 71% de sus tiros mientras otras personas los observaban en forma tranquila) tuvieron resultados incluso mejores (80% cuando cuatro observadores se acercaron a verlos jugar). Los jugadores deficientes (cuyo promedio anterior era de 36%) tuvieron peores resultados (25% cuando los observaban de cerca).

Comer es una conducta sencilla y natural. ¿Y ha notado que tiende a engullir más cuando come en un grupo? En ese caso, no está solo, como lo confirman los estudios con reportes diarios de alimentación, los estudios observacionales y los estudios experimentales (Herman, 2015, 2017). Cuando se comparte un alimento placentero, como los chocolates, la golosina le resulta más disfrutable y sabrosa a la gente (Boothby et al., 2014, 2016).

Los atletas, actores y músicos ejecutan habilidades que han practicado mucho, lo cual ayuda a explicar por qué es frecuente que tengan un mejor desempeño cuando los estimulan las respuestas de un público alentador. Los estudios en más de un cuarto de millón de eventos deportivos colegiales y profesionales en todo el mundo revelan que el equipo de casa gana casi 6 de cada 10 juegos, donde la ventaja de casa es mayor en deportes de equipo (Jones, 2015) (**cuadro 8.1**). La ventaja del equipo de casa es asombrosamente constante a lo largo del tiempo y entre diferentes deportes. Los equipos de baloncesto de la NBA, los equipos de hockey de la NHL y los equipos de la liga internacional de fútbol soccer ganan cada año más juegos en su propia casa, sin excepción (Moskowitz y Wertheim, 2011).

Cuadro 8.1 Ventaja local de los principales deportes en equipo

Deporte	Juegos estudiados	Porcentaje de juegos ganados como local
Béisbol	120 576	55.6
Fútbol americano	11 708	57.3
Hockey sobre hielo	50 739	56.5
Baloncesto	30 174	63.7
Fútbol soccer	40 380	67.4

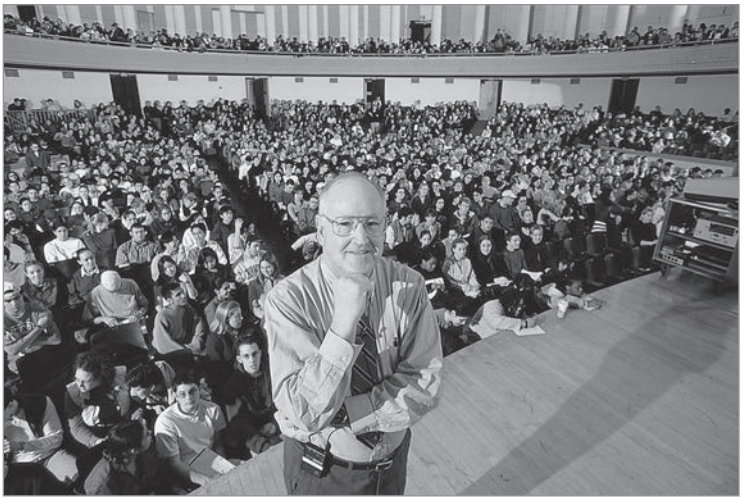
Fuente: Jeremy Jamieson (2010).

La facilitación social, un público local que estimula el desempeño de habilidades bien aprendidas, es una explicación clara de la ventaja que se tiene en casa. De hecho, las concentraciones de hormonas de estrés (que indican activación) de los jugadores británicos de fútbol son mayores luego de encuentros en casa que en otros estadios (Fothergill et al., 2017). ¿Puede imaginar otros posibles factores contribuyentes? Mark Allen y Marc Jones (2014) incluyen estas posibilidades:

- *Sesgo arbitral*: en un análisis de 1 530 encuentros de fútbol en Alemania, los árbitros concedieron un promedio de 1.80 tarjetas amarillas a los equipos locales y 2.35 a los equipos visitantes (Unkelbach y Memmert, 2010).
- *Fatiga del viaje*: cuando vuelan a la Costa Oeste, los equipos de fútbol americano de la NFL en la Costa Este tienen mejores resultados en juegos nocturnos que cuando juegan a la una de la tarde.
- *Familiaridad con el contexto de casa* que, dependiendo del lugar, puede incluir frío, lluvia o mayor altitud.
- *Alteración del ruido del público que sigue al equipo de casa*: esto puede perturbar la capacidad de los jugadores visitantes para escuchar las jugadas o hacer tiros libres.

AGLOMERACIÓN: LA PRESENCIA DE MUCHOS OTROS

El efecto de la presencia de otros aumenta con su número (Jackson y Latané, 1981; Knowles, 1983). A veces, la activación y la atención deliberada que provoca la presencia de un gran público interfieren incluso con los comportamientos bien aprendidos y automáticos, como la oratoria. En vista de una presión *extrema*, somos vulnerables y podemos trabarnos. Los tartamudos tienden a tartamudear más en frente de públicos más grandes que cuando hablan solo con una o dos personas (Mullen, 1986b). A lo largo de 28 años de torneos importantes, las puntuaciones de los golfistas profesionales han tendido a empeorar en la última ronda respecto al día anterior, en especial para aquellos que están cerca de la delantera del torneo (Wells y Skowronski, 2012).



La buena casa es la casa llena, como lo experimentaron los estudiantes de introducción a la psicología que imparte James Maas en la Universidad Cornell cuando se reunieron en este auditorio con 2 000 asientos. Si la clase hubiera tenido 100 alumnos que se reunieran en este espacio tan grande, se hubieran sentido mucho menos motivados.
©Mike Okoniewski

Estar *dentro* de una multitud también intensifica las reacciones positivas o negativas. Cuando están sentadas juntas, las personas amigables nos agradan todavía más; mientras que las personas *no* amigables nos desagradan aún más (Schiffenbauer y Schiavo, 1976; Storms y Thomas, 1977). En los experimentos con los estudiantes de la Universidad Columbia y con los visitantes del Ontario Science Center, Jonathan Freedman y sus colaboradores (1979, 1980) pidieron a las personas que escucharan una grabación humorística o que vieran una película en compañía de otros participantes. Cuando todos se sentaban juntos, un cómplice del experimentador podía inducir de forma fácil a los individuos a reírse o aplaudir. Como lo saben los directores de teatro y los fanáticos deportivos, y también como confirman los investigadores, una "buena casa" es una casa llena (Aiello et al., 1983; Worchel y Brown, 1984). Como indican los experimentos recientes, la diversión que se comparte con otros es más estimulante y divertida (Reis et al., 2017).

La activación agudizada en hogares hacinados también tiende a aumentar el estrés. Sin embargo, la aglomeración produce menos angustia en hogares divididos en muchos espacios, lo cual permite que las personas se retraigan a un sitio privado (Evans et al., 1996; 2000).

Quizá haya notado que una clase con 35 estudiantes se siente más acogedora y vivaz en un salón donde caben apenas 35 personas, que cuando sus dimensiones se amplían a una sala de 100 asientos. Cuando otros están cerca, tenemos mayor probabilidad de percatarnos y disfrutar de su risa o aplausos. Pero la aglomeración también aumenta la activación, como descubrió Gary Evans (1979). Sometió a prueba a grupos de 10 personas integrados por estudiantes de la Universidad de Massachusetts, ya fuera en una habitación de 6 × 9 metros o en una de 2.5 × 3.6 metros. En comparación con el salón grande, aquellos que estaban en una habitación pequeña tuvieron tasas más altas de pulso y presión arterial (que indican activación). En tareas difíciles cometieron más errores, un efecto de la aglomeración que replicaron Dinesh Nagar y Janak Pandey (1987) con

Un público grande y participativo puede producir una gran activación, motivando los comportamientos bien aprendidos, pero creando a veces la posibilidad de trabarse por causa de la cohibición.
©Lynne Powe

estudiantes universitarios en India. Por consiguiente, la aglomeración tiene un efecto similar a ser observado por una multitud: aumenta la activación, lo cual facilita las respuestas dominantes.

¿POR QUÉ NOS ACTIVAMOS EN PRESENCIA DE OTROS?

En aquello que usted sabe hacer se sentirá enérgico para dar su mejor esfuerzo frente a los demás (a menos que su activación sea excesiva, se cohíba y se trabe). En aquellas cosas que le resultan difíciles, quizá le parezcan imposibles en las mismas circunstancias. ¿Qué tienen otras personas que crean activación? La evidencia sustenta tres posibles factores (Aiello y Douthitt, 2001; Feinberg y Aiello, 2006): *aprensión por la evaluación*, *distracción* y *mera presenci*a.

Aprensión por la evaluación

Nickolas Cottrell conjeturó que los observadores nos provocan temor porque nos preguntamos cómo nos evalúan. Para probar si existe la **aprensión por la evaluación**, Cottrell y sus colaboradores (1968) les cubrieron los ojos a los observadores, en teoría en preparación para un experimento de percepción. En contraste con el efecto de una audiencia que puede ver, la mera presencia de estas personas vendadas de los ojos *no* elevó las respuestas bien practicadas del ejecutante.

aprensión por la evaluación
Preocupación sobre cómo nos evalúan los demás.

Otros experimentos confirmaron que la mejoría de las respuestas dominantes es mayor cuando la gente piensa que la están evaluando. En un experimento, los individuos que corrían por una senda específica para corredores aceleraron el paso al llegar frente a una mujer sentada en el pasto: si estaba de cara a ellos, en lugar de sentada de espaldas (Worringham y Messick, 1983).

La cohibición que sentimos cuando nos evalúan también puede interferir con los comportamientos que realizamos mejor de manera automática (Mullen y Baumeister, 1987). Si los jugadores de baloncesto que se sienten inhibidos analizan sus movimientos corporales mientras están lanzando tiros libres importantes, es más probable que fallen. Ejecutamos mejor algunas conductas bien aprendidas sin pensar demasiado en ellas.

Impulso de la distracción

Glenn Sanders, Robert Baron y Danny Moore (1978; Baron, 1986) fueron un paso más allá de la aprensión por la evaluación. Teorizaron que cuando nos preguntamos qué tal le está yendo a nuestros coactores o cómo está reaccionando un público, nos distraemos. Este *conflicto* entre prestar atención a los demás y prestar atención a la tarea sobrecarga nuestro sistema cognitivo, provocando activación. Estamos impulsados por la distracción. Esta activación no ocurre solo por la presencia de otra persona, sino también por otras distracciones, como estallidos de luz (Sanders, 1981a,b).

Mera presencia

Sin embargo, Zajonc creía que la mera presencia de los demás produce cierta activación, incluso sin la aprensión por la evaluación o la activación debida a la distracción. Recuerde que los efectos de la facilitación también se presentan en animales. Esto nos da indicios acerca de un mecanismo innato de activación social que es común a gran parte del mundo animal (es probable que los animales no se preocupen de forma consciente de cómo los evalúan los demás animales). Respecto a los seres humanos, la mayoría de los corredores se motivan cuando corren con otra persona, incluso una que no compite ni los evalúa. Los miembros de un equipo de remo de la universidad, auxiliados tal vez por una descarga de endorfinas proveniente de la actividad comunitaria, toleran el doble de dolor después de remar juntos que cuando reman de manera individual (Cohen et al., 2009).

Este es un buen momento para recordar que una buena teoría es una forma científica de taquigrafía: simplifica y resume una variedad de observaciones. La teoría de la facilitación social lo hace muy bien. Es un resumen simple de muchos hallazgos de investigación. Una buena teoría también ofrece predicciones claras que (1) ayudan a confirmar o modificar la teoría, (2) guían nueva

En una oficina abierta, la gente trabaja en presencia de los demás. Es cada vez más frecuente que los entornos de las oficinas proporcionen espacios colaborativos a los trabajadores (Arieff, 2011).
©stockbroker/123RF

exploración y (3) sugieren aplicaciones prácticas. En definitiva, la teoría de la facilitación social generó los primeros dos tipos de predicción: (1) su idea básica (que la presencia de otras personas produce activación y que esta activación mejora las respuestas dominantes) se confirmó y (2) la teoría dio nueva vida a un campo de investigación inactivo por largo tiempo.

¿Existen algunas aplicaciones prácticas, como se señaló en el punto 3? Podemos hacer algunas conjeturas informadas. Muchos de los nuevos edificios de oficina reemplazan las oficinas privadas con áreas grandes y abiertas. ¿La conciencia resultante por la presencia de los demás podría elevar el desempeño en tareas bien aprendidas, pero alterar el pensamiento creativo en tareas complejas? ¿Se le ocurren algunas otras posibles aplicaciones?

EN RESUMEN: Facilitación social: ¿cómo nos afecta la presencia de los demás?

- El tema más elemental de la psicología social se relaciona con la mera presencia de otras personas. Algunos de los primeros experimentos sobre este asunto encontraron que el desempeño mejoraba con la presencia de observadores o *coactores*. Otros encontraron que la presencia de los demás dañaba el desempeño. Robert Zajonc reconcilió esos hallazgos al aplicar un conocido principio de la psicología experimental: la activación facilita las respuestas dominantes. Debido a que la presencia de otros individuos provoca activación, la presencia de observadores o coactores fomenta el desempeño en tareas fáciles (para las que la respuesta correcta es dominante) y obstaculiza el desempeño en tareas difíciles (para las que las respuestas incorrectas son dominantes).
- Estar dentro de una multitud o en condiciones de aglomeración produce de forma similar una activación y facilita las respuestas dominantes. Eso ayuda a explicar la ventaja de los equipos de casa en los deportes.
- Pero, ¿por qué nos activa la presencia de otros? Los experimentos sugieren que la activación se deriva en parte de la *aprensión por la evaluación* y, en parte, de la distracción: un conflicto entre prestar atención a los demás y concentrarse en la tarea. Otros experimentos, incluyendo algunos hechos con animales, sugiere que la presencia de otras personas puede causar activación aunque no nos evalúen o nos distraigan.

HOLGAZANERÍA SOCIAL: ¿LOS INDIVIDUOS EJERCEN MENOR ESFUERZO EN UN GRUPO?

Evalúe el nivel de esfuerzo individual que podemos esperar de los miembros de los grupos de trabajo. En una competencia de tirar de la cuerda, ¿las ocho personas de un lado ejercerán tanta fuerza como la suma de sus mejores esfuerzos en competencias similares pero individuales? Si no es así, ¿por qué?

En general, la facilitación social ocurre cuando la gente trabaja para lograr metas individuales y cuando sus esfuerzos, ya sea para enrollar carretes de sedal de pesca o resolver problemas matemáticos, se puede evaluar de manera individual. Pero, ¿qué sucede cuando las personas conjuntan sus esfuerzos para alcanzar una meta *común* y los individuos *no* tienen que rendir cuentas de sus esfuerzos? Un equipo para tirar de la cuerda provee un ejemplo de este tipo. Otro de esos ejemplos sería la recolección organizacional de fondos; por ejemplo, usar las ganancias de una venta de dulces para pagar un viaje del grupo escolar. Al igual que un proyecto en clase en el que todos los estudiantes reciban la misma calificación. En este tipo de tareas aditivas, aquellas en las que el rendimiento del grupo depende de la suma de los esfuerzos individuales, ¿el espíritu de equipo estimulará la productividad? ¿Los albañiles que colocan tabiques lo harán más rápido si trabajan en equipo que si trabajan solos? Los experimentos de laboratorio nos proveen respuestas.

holgazanería social
La tendencia de la gente a ejercer menor esfuerzo cuando conjuntan sus esfuerzos hacia una meta en común que cuando la responsabilidad es individual.

MUCHAS MANOS HACEN QUE EL TRABAJO SE VUELVA LIGERO

Hace casi un siglo, el ingeniero francés Max Ringelmann (del cual informan Kravitz y Martin, 1986) encontró que el esfuerzo colectivo en los equipos para tirar de la cuerda era apenas de la mitad de la suma de los esfuerzos individuales. Contrario a la suposición de que la unión hace la fuerza, esto sugería que es posible que los miembros de un grupo estén *menos* motivados cuando realizan tareas aditivas. Sin embargo, quizá el bajo desempeño se derive de una coordinación deficiente: personas que tiran de la cuerda en direcciones y en momentos apenas diferentes. Un grupo de investigadores de Massachusetts, conducidos por Alan Ingham (1974) eliminaron en forma inteligente ese problema al hacer que los individuos pensaran que había otras personas que tiraban también de la cuerda junto con ellos cuando, de hecho, lo estaban haciendo solos. A los participantes se les vendaron los ojos y se les asignó al primer puesto en el aparato que se muestra en la **figura 8.2**, y se les dijo: "Tire con tanta fuerza como pueda". Tiraron de la cuerda con una fuerza 18% mayor cuando sabían que estaban solos que cuando creían que había otras personas detrás de ellos que también estaban tirando.

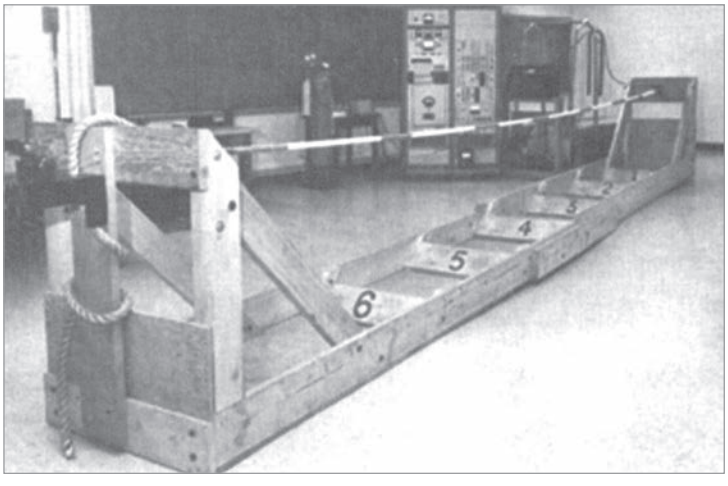


FIGURA 8.2
Aparato de tirar de la cuerda
Las personas en la primera posición tiraron con menos fuerza cuando pensaban que los individuos detrás de ellos también estaban tirando.
Fuente: Alan G. Ingham

Los investigadores Bibb Latané, Kipling Williams y Stephen Harkins (1979; Harkins et al., 1980) se mantuvieron atentos para encontrar otras formas de investigar esta disminución en el esfuerzo, a la que denominaron **holgazanería social**. Observaron que el ruido que producen seis personas que gritan o aplauden "lo más fuerte que puedan" era tres veces menor

que el producido por una persona sola. Sin embargo, como en la actividad de tirar de la cuerda, el hacer ruido depende de la percepción de la ineficacia del grupo. Así que Latané y sus colaboradores siguieron el ejemplo de Ingham induciendo a los participantes de la Universidad Estatal de Ohio a creer que otros gritaban o aplaudían junto con ellos, cuando en realidad estaban solos.

Debido a la holgazanería social, las personas hacen menos ruido al aplaudir y gritar cuando están en una multitud que cuando están solas.
©Ingram Publishing/SuperStock

Su método inteligente consistió en vendarles los ojos a seis personas sentadas en semicírculo y colocarles audífonos, a través de los cuales se emitía ruido. La gente no podía escuchar sus propios gritos o aplausos, mucho menos los de los demás en el semicírculo. En diversos ensayos se les instruyó a gritar o aplaudir, ya fuera solos o junto con el grupo. La gente a la que se le habló de este experimento supuso que los participantes gritarían más en compañía de otros porque se sentirían menos inhibidos (Harkins y Petty, 1982). ¿Cuál fue el resultado? La holgazanería social: cuando los participantes creían que otras cinco personas también estaban gritando o aplaudiendo, produjeron un tercio *menos* de ruido que cuando pensaban que no había nadie más. La holgazanería social ocurrió incluso cuando las participantes eran porristas de preparatoria que creían estar vitoreando juntas en lugar de solas (Hardy y Latané, 1986).

De forma curiosa, aquellos que aplaudieron solos y en grupos no pensaban estar holgazaneando: percibían que estaban aplaudiendo con la misma fuerza en ambas situaciones. Esto se equipara con lo que sucede cuando los estudiantes trabajan en proyectos de grupo que les concederán una calificación compartida. Williams informa que todos coinciden en que la holgazanería ocurre, pero nadie admite ser el holgazán.

El investigador en ciencias políticas, John Sweeney (1973), observó la holgazanería social en un experimento de ciclismo. Los estudiantes de la Universidad de Texas pedalearon con mayor energía en bicicletas de ejercicio (lo cual se midió en relación con la producción de electricidad) cuando sabían que se les vigilaba de forma individual que cuando creían que su producción se agrupaba con la de otros ciclistas. En la condición de grupo, las personas se vieron tentadas al **parasitismo**, y a aprovecharse del esfuerzo del grupo.

parásitos
Personas que se benefician del grupo, pero que dan poco a cambio.

En este y en otros 160 experimentos (Karau y Williams, 1993; **figura 8.3**) vemos un giro en una de las fuerzas psicológicas que conforman la facilitación social: la aprensión por la evaluación. En

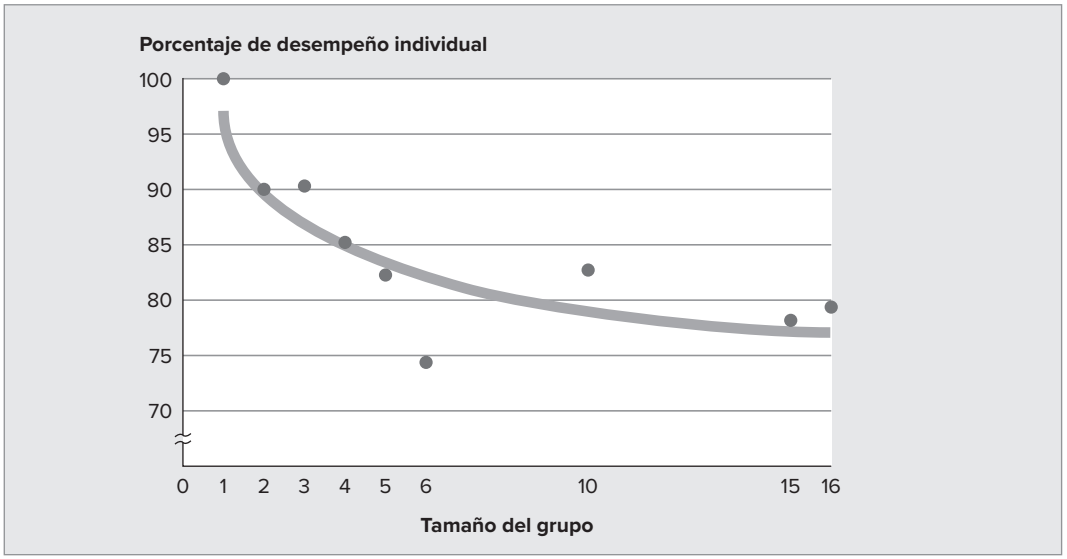


FIGURA 8.3

El esfuerzo disminuye en la medida en que aumenta el tamaño del grupo

Un resumen estadístico de 49 estudios, en los que participaron más de 4 000 personas, reveló que el esfuerzo disminuye (y la holgazanería aumenta) a medida que se incrementa el tamaño del grupo. Cada punto indica los datos agregados de uno de estos estudios.
Fuente: Williams et al., 1992.

los experimentos sobre holgazanería social, los individuos creían que tan solo se les evaluaba cuando actuaban solos. La situación de grupo (tirar de la cuerda, gritar y demás) *disminuía* la aprensión por la evaluación. Cuando la gente no tiene que rendir cuentas y no puede evaluar sus propios esfuerzos, la responsabilidad se disuelve entre todos los miembros del grupo (Harkins y Jackson, 1985; Kerr y Bruun, 1981). En contraste, los experimentos de facilitación social *aumentaban* la exposición a la evaluación. Cuando se les volvía centro de la atención, las personas vigilaban su comportamiento de manera deliberada (Mullen y Baumeister, 1987). Así que, ser observado *aumenta* las preocupaciones sobre la evaluación y ocurre la facilitación social; perderse dentro de la multitud *disminuye* las preocupaciones sobre la evaluación y ocurre la holgazanería social (**figura 8.4**).

Para motivar a los miembros del grupo, una estrategia consiste en volver identificable el desempeño individual. Algunos entrenadores de futbol lo logran filmando y evaluando a cada jugador de manera individual. Ya sea que estén o no dentro de un grupo, las personas ejercen más esfuerzo cuando sus resultados se pueden identificar de forma individual: los miembros de los equipos de nado de las universidades nadan más rápido en carreras de relevos entre escuadras cuando alguien vigila y anuncia sus tiempos individuales (Williams et al., 1989).

HOLGAZANERÍA SOCIAL EN LA VIDA DIARIA

¿Qué tan difundida está la holgazanería social? En el laboratorio, el fenómeno ocurre no solo entre personas que tiran de cuerdas, montan bicicleta, gritan y aplauden, sino también entre aquellos que bombean agua o aire, evalúan poemas o artículos, producen ideas, escriben a máquina y detectan señales. ¿Estos resultados consistentes se generalizan a la productividad diaria de los trabajadores?

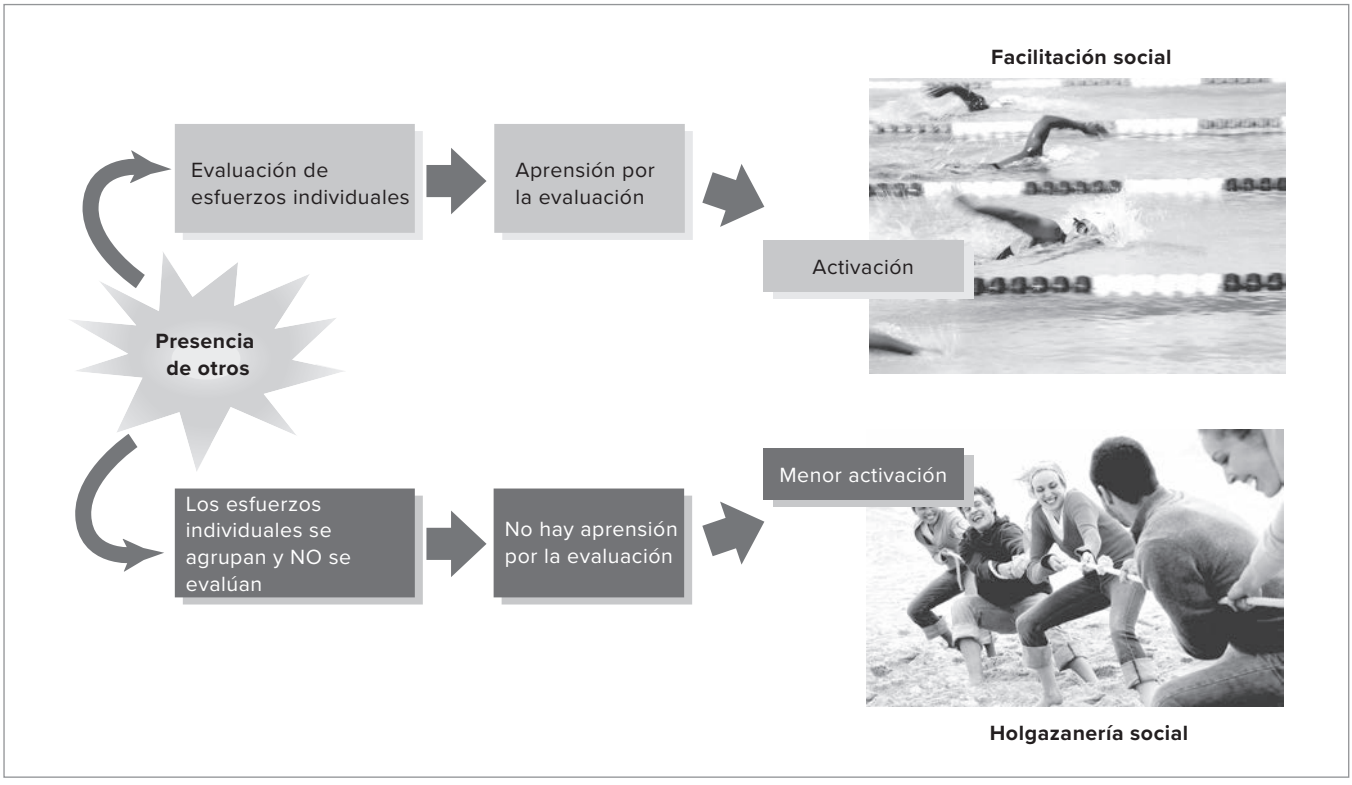


FIGURA 8.4

¿Facilitación social u holgazanería social?

Cuando no es posible evaluar ni responsabilizar a los individuos, la holgazanería se vuelve más probable. Se evalúa la capacidad de una nadadora individual para ganar la carrera. En las competencias para tirar de la cuerda, ninguna persona en específico debe rendir cuentas, así que cualquiera de los miembros podría relajarse u holgazanear.

nadadores: ©imagenavi/Getty Images; competencia de tirar de la cuerda: ©Thinkstock Images/Getty Images

En los experimentos con grupos de trabajo, los empleados produjeron más cuando su desempeño individual se difundía (Lount y Wilk, 2014). En uno de tales experimentos, los trabajadores en una línea de ensamblaje produjeron 16% más artículos cuando se identificaban sus resultados individuales, aunque supieran que su salario no se vería afectado (Faulkner y Williams, 1996). Considere el ejemplo de los trabajadores en una fábrica de pepinillos que se suponía debían colocar solo los pepinillos grandes dentro de los frascos. Pero como después se combinaban todos los frascos (y no se verificaba su trabajo individual) los trabajadores metían pepinillos de cualquier tamaño. Williams, Harkins y Latané (1981) señalan que la investigación sobre la holgazanería social sugiere "volver identificable la producción individual, lo cual hace surgir la pregunta sobre '¿Cuántos pepinillos empacaría un empacador si su oficio se le pagara de forma apropiada?'".

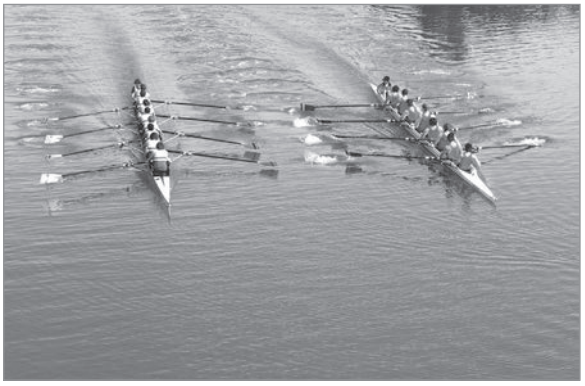
Los investigadores también han encontrado evidencia de holgazanería social en diversas culturas, como al evaluar la producción agrícola en los países del antiguo bloque comunista. En las granjas colectivas durante la época comunista, los campesinos rusos trabajaban un día en un campo y al otro día en otro, con poca responsabilidad directa por una parcela específica. Para su propio uso se les concedían pequeños terrenos personales. Un análisis encontró que las parcelas privadas ocupaban 1% de la tierra de cultivo, pero originaban 27% de la producción agrícola soviética (H. Smith, 1976). En la Hungría comunista, las parcelas privadas representaban solo 13% de la tierra cultivable, pero originaban un tercio de la producción (Spivak, 1979). Cuando China empezó a permitir que sus granjeros vendieran los sobrantes de alimentos después de entregar la parte correspondiente al Estado, la producción se elevó 8% anual: 2.5 veces el aumento anual en los 26 años anteriores (Church, 1986). En un esfuerzo por vincular las recompensas con el esfuerzo productivo, en la actualidad Rusia eliminó el carácter colectivo de muchas de sus granjas (Kramer, 2008).

¿Qué pasa con las culturas colectivistas no comunistas? Latané y sus colaboradores de investigación (Gabrenya et al., 1985) repitieron sus experimentos de producción de sonidos en Japón, Tailandia, Taiwán, India y Malasia. ¿Cuáles fueron sus hallazgos? La holgazanería social también fue evidente en esos países. Diecisiete estudios posteriores en Asia revelan que, sin embargo, las personas en culturas colectivistas sí exhiben menos holgazanería social que las personas en culturas individualistas (Karau y Williams, 1993; Kugihara, 1999). Como señalamos en capítulos anteriores, la lealtad a la familia y a los grupos de trabajo es muy intensa en las culturas colectivistas. De igual manera, las mujeres tienden a ser menos individualistas que los hombres y a exhibir menor holgazanería social.

La holgazanería social también aparece en las donaciones de dinero y tiempo. En Norteamérica, los trabajadores que no contribuyen con sus cuotas o con trabajo voluntario a sus sindicatos u organizaciones profesionales de todos modos están más que felices en términos generales de aceptar los beneficios de sus asociaciones. Lo mismo puede decirse también de los escuchas y espectadores de las cadenas públicas de radio y televisión que no responden a sus solicitudes para recaudar fondos. Esto da un indicio de otra posible explicación de la holgazanería social: cuando las recompensas se dividen por igual, sin importar cuánto se contribuya al grupo, cualquier individuo recibe más recompensas por unidad de esfuerzo al aprovecharse del grupo. En consecuencia, la gente puede holgazanear cuando sus esfuerzos no se vigilan y recompensan de manera individual, lo cual quizá les permita sobreestimar su propia contribución relativa (Schroeder et al., 2016). En consecuencia, las situaciones que facilitan este fenómeno podrían ser, en palabras del miembro de una comuna, un "paraíso de los parásitos".

Pero con seguridad el esfuerzo colectivo no siempre conduce a holgazanear. A veces, la meta es tan absorbente y el máximo resultado de todos es tan esencial que el espíritu de equipo mantiene o intensifica el esfuerzo. En una carrera olímpica de remo, ¿los remeros en un equipo de ocho personas harán menos esfuerzo cada uno por su cuenta que aquellos en un equipo de una o dos personas?

La evidencia nos asegura que no será así. Las personas dentro de los grupos holgazanean menos cuando la tarea es *desafiante*, *interesante* o *demanda atención* (Karau y Williams, 1993; Tan y Tan, 2008). En tareas desafiantes, es posible que la gente perciba que sus esfuerzos son indispensables (Harkins y Petty, 1982; Kerr, 1983; Kerr et al., 2007). Cuando recorren el último tramo de una carrera de relevos



Trabajo en equipo en la regata del río Charles en Boston. La holgazanería social ocurre cuando la gente trabaja en grupos, pero carece de responsabilidad individual, a menos que la tarea sea desafiante, interesante y demande atención, y los miembros del grupo sean amigos.
©leezsnow/E+/Getty Images

y está en juego una medalla, los nadadores tienden a nadar más rápido que en una competencia individual (Hüffmeier et al., 2012).

Los grupos también holgazanean menos cuando sus miembros son *amigos*, se sienten identificados o se consideran indispensables para su grupo (Davis y Greenlees, 1992; Gockel et al., 2008; Karau y Williams, 1997; Worchel et al., 1998). Incluso la simple expectativa de interactuar de nuevo con alguien sirve para aumentar el esfuerzo en los proyectos de equipo (Groenenboom et al., 2001). Al colaborar en un proyecto de clase con otros estudiantes a los que ve con frecuencia, se sentirá más motivado que si espera nunca volver a verlos en su vida. La cohesión intensifica el esfuerzo.

Estos hallazgos son semejantes a aquellos de los estudios sobre grupos laborales cotidianos. Cuando estos reciben objetivos desafiantes, cuando se les recompensa por el éxito del grupo y cuando existe un espíritu de compromiso con el equipo, los miembros se esfuerzan más (Hackman, 1986). Mantener reducido el tamaño de los grupos también puede ayudar a los miembros a creer que sus contribuciones son indispensables (Comer, 1995).

EN RESUMEN: Holgazanería social: ¿los individuos ejercen menor esfuerzo en un grupo?

- Los investigadores de la facilitación social estudian el desempeño de las personas en tareas en las que se les puede evaluar de forma individual. Sin embargo, en muchas situaciones laborales, las personas agrupan sus esfuerzos y trabajan para alcanzar una meta común, sin responsabilidad individual.
- Es frecuente que los miembros de un grupo trabajen con menor ahínco cuando realizan este tipo de tareas en conjunto. Este hallazgo se repite en las situaciones cotidianas en las que la disolución de la responsabilidad tienta a los miembros individuales a convertirse en *parásitos* del esfuerzo del grupo.
- Sin embargo, es posible que las personas hagan un esfuerzo incluso mayor en un grupo cuando la meta es importante, las recompensas son significativas y existe un espíritu de equipo.

DESINDIVIDUACIÓN: ¿CUÁNDO PIERDEN LAS PERSONAS SU SENTIDO DEL YO DENTRO DE LOS GRUPOS?

Defina “desindividuación” e identifique las circunstancias que la impulsan.

En abril de 2003, en los primeros días de la entrada de las tropas estadounidenses en las ciudades iraquíes, los saqueadores, “liberados” del escrutinio de la policía, operaron de manera desenfrenada. Los hospitales perdieron camas. La Biblioteca Nacional perdió decenas de miles de antiguos manuscritos y quedó en ruinas después de que la quemaron. Las universidades perdieron computadoras, sillas e incluso los focos. El Museo Nacional de Bagdad perdió 15 000 objetos valiosos (Burns, 2003a, 2003b; Lawler, 2003c; Polk y Schuster, 2005). “Desde la época en que los conquistadores españoles asolaron las culturas azteca e inca, no se había visto que se perdiera tanto y de manera tan rápida”, informó la revista *Science* (Lawler, 2003a). “Llegaron en multitudes: primero un grupo de 50 personas y luego se iba, y otro grupo entraba detrás”, explicó un decano de una universidad (Lawler, 2003b).

Tales informes, y aquellos sobre los incendios provocados y saqueos que sucedieron en Londres en 2011, los saqueos en Ferguson, Missouri, en 2014, y las agresiones sexuales en masa que sucedieron en Alemania en 2016, hicieron que el resto del mundo se preguntara: ¿qué sucedió con el sentido moral de la gente? ¿Por qué se desató tal conducta? ¿Y por qué no se anticipó?

Su comportamiento incluso provocó que muchos de los alborotadores terminaran preguntándose qué los había dominado. En los tribunales, algunos de los saqueadores arrestados en Londres parecían desconcertados por su conducta (Smith, 2011). La madre de uno de ellos, una recién egresada del posgrado universitario, explicó que su hija había estado llorando desconsolada en su habitación desde que la arrestaron por robar un televisor. "Ni siquiera sabe por qué se lo llevó. No necesita una tele". El abogado de un estudiante de ingeniería, al que arrestaron después de saquear un supermercado mientras iba de camino a su casa, dijo que el joven "se dejó llevar por el momento" y que ahora se sentía "increíblemente avergonzado" (Somaiya, 2011).

HACER JUNTOS LO QUE NO HARÍAMOS SOLOS

Los experimentos de facilitación social muestran que los grupos pueden activar a las personas, en tanto que los experimentos de holgazanería social muestran que los grupos pueden disolver la responsabilidad. Cuando la activación y la disolución de responsabilidad se combinan, y las inhibiciones normales disminuyen, los resultados pueden ser alarmantes. La gente puede cometer actos que van desde una reducción leve del control (arrojar alimentos en el salón comedor, gritarle improperios a un árbitro, gritar en un concierto de rock) hasta la autogratificación impulsiva (vandalismo, orgías, robos en grupo) y hasta explosiones sociales destructivas (brutalidad policiaca, disturbios, linchamientos).

Estos comportamientos sin restricción tienen algo en común: los provoca el poder de estar dentro de un grupo. Los grupos pueden generar la sensación estimulante de dejarse llevar por algo más grande que uno mismo. Es difícil imaginar a un solo fanático del rock que grite en forma delirante en un concierto privado, o a un solo amotinado que le prenda fuego a un auto. Son las situaciones grupales las que producen que la gente tenga mayor probabilidad de abandonar el control, de olvidar su identidad individual, y de responder a las normas grupales o de la multitud: en una palabra, a **desindividuarse**, como le llamaron Leon Festinger, Albert Pepitone y Theodore Newcomb (1952). ¿Qué circunstancias provocan este estado psicológico?

desindividuación
Pérdida de la conciencia de uno mismo y de la aprensión por la evaluación; ocurre en situaciones grupales que fomentan la respuesta a las normas de grupo, sean buenas o malas.

Tamaño del grupo

Un grupo tiene el poder no solo de activar a sus miembros, sino también de volverlos inidentificables. La estrepitosa multitud oculta al escandaloso fanático del baloncesto. La turba que participa en un linchamiento permite que sus miembros crean que no los perseguirá la justicia; perciben que la acción es obra del *grupo*. Los saqueadores, que se vuelven anónimos dentro de la multitud, se sienten en libertad de saquear. Un investigador analizó 21 casos en los que hubo presencia de multitudes mientras una persona amenazaba con lanzarse desde un edificio o un puente (Mann, 1981). Cuando la multitud era pequeña y estaba expuesta a la luz del día, en general la gente no trataba de inducir a la persona con gritos de "¡Salta!". Pero cuando había una gran muchedumbre o la oscuridad le proporcionaba anonimato a la gente, la multitud sí incitaba a la persona y hacía mofa de ella.

Las turbas de los linchamientos producen un efecto similar: mientras más grande es el grupo, más pierden los miembros la conciencia de sí mismos y más dispuestos están a cometer atrocidades, como incendiar, herir o desmembrar a la víctima (Leader et al., 2007; Mullen 1986a).

FIGURA 8.5
En la investigación de Philip Zimbardo sobre la desindividuación, las mujeres anónimas administraron más choques eléctricos a las víctimas indefensas que las mujeres identificables.
©Philip Zimbardo

En cada uno de estos ejemplos, desde las multitudes deportivas hasta las turbas de los linchamientos, la aprensión por la evaluación se desploma. La atención de la gente se enfoca en la situación, no en sí misma. Y como "todo el mundo lo está haciendo", todos pueden atribuir su comportamiento a la situación, en lugar de a sus propias decisiones.

Anonimato

¿Cómo podemos estar seguros de que las multitudes ofrecen anonimato? No podemos; pero sí experimentar con el anonimato para ver si reduce de hecho las inhibiciones. Philip Zimbardo (1970, 2002) tuvo la idea de tal experimento gracias a sus estudiantes universitarios, que le preguntaron cómo era posible que los niños buenos de *El señor de las moscas*, de William Golding, pudieran transformarse de pronto en monstruos después de pintarse los rostros. Para experimentar con este tipo de anonimato, disfrazó a un grupo de mujeres de la Universidad de Nueva York con sacos y capuchas blancas idénticas, muy parecidas a las de los miembros del Ku Klux Klan (**figura 8.5**). Al pedirles que administraran choques eléctricos a otra mujer, oprimieron el botón de choque el doble de tiempo que las mujeres que no estaban disfrazadas y que llevaban enormes etiquetas con su nombre. Incluso reducir la iluminación y llevar anteojos oscuros aumentaba el anonimato percibido de las personas y, por ende, su disposición a hacer trampa o comportarse de manera egoísta (Zhong et al., 2010).

La internet ofrece un anonimato semejante. Los millones de personas que se horrorizaron con los saqueos de las multitudes en Bagdad estaban pirateando música en esos mismos días por medio de software para compartir archivos. Con tantas personas que hacen lo mismo, y con tan poca preocupación de que las atrapen, descargar la propiedad privada de alguien y después guardarla en un reproductor de MP3 no parecía terriblemente inmoral. Los bravucones de la internet, que nunca le dirían a alguna persona en su cara "eres un impostor y deberías hacer algo con tu vida", sí lo hacen ocultándose detrás de su anonimato en línea. Debemos reconocer que la mayoría de los sitios de redes sociales sí requieren que las personas utilicen sus verdaderos nombres, lo cual limita los comentarios de odio.

En varias ocasiones, los espectadores anónimos en línea han incitado a personas que amenazan con suicidarse, subiendo a veces un video en vivo que transmite la escena a un montón de individuos. Las comunidades en línea "son como la multitud afuera del edificio mientras un tipo está al borde de la azotea" señaló un analista de los efectos sociales de la tecnología (citado por Stelter, 2008). A veces, una persona empática intenta convencer a la persona de que no lo haga, mientras que otras, en efecto, le dicen "Salta, salta". "La naturaleza anónima de estas comunidades solo envalentona las malas intenciones o la crueldad de la gente en estos sitios".

Para examinar la desindividuación en las calles, Patricia Ellison, John Govern y sus colaboradores (1995) hicieron que una conductora se detuviera en el semáforo en rojo y esperara durante 12 segundos cada vez que la siguiera un convertible o un vehículo todo terreno. Durante la espera, registró el uso del claxon (un acto apenas agresivo) por parte del vehículo que estuviera detrás. En comparación con los conductores de convertibles o de vehículos todo terreno con las capotas bajadas, aquellos que tenían un anonimato relativo (las capotas subidas) sonaron la bocina un tercio más pronto, con una frecuencia dos veces mayor y durante casi el doble de tiempo. El anonimato alimenta la descortesía.

Un equipo de investigación dirigido por Ed Diener (1976) demostró con gran inteligencia el efecto tanto de estar dentro de un grupo como de ser físicamente anónimo. En Halloween, observaron a 1 352 niños que salieron a pedir dulces en Seattle. A medida que los niños, ya fuera solos o en grupos, se acercaban a 1 de 27 casas distribuidas por toda la ciudad, un experimentador los recibía en forma amigable, los invitaba a "tomar *uno* de los dulces" y luego dejaba los dulces sin supervisión. Los observadores ocultos notaron que los niños que iban en grupos tuvieron el doble de probabilidad de llevarse más dulces que aquellos que estaban solos. Asimismo, los niños a los que se les preguntó su nombre y dónde vivían tenían la mitad de probabilidades de transgredir la petición que aquellos que continuaron siendo anónimos. Como muestra la **figura 8.6**, cuando se desindividuaban, tanto por la inmersión dentro del grupo como por el anonimato, la mayoría de los niños robaron dulces adicionales.

Esos estudios hacen que nos preguntemos sobre el efecto de llevar uniformes. Al prepararse para la batalla, los guerreros en algunas culturas tribales (como algunos fanáticos deportivos rabiosos) se despersonalizan con la pintura en el cuerpo y en el rostro, o con máscaras especiales. Robert Watson (1973) revisó entre los archivos antropológicos y descubrió lo siguiente: las culturas

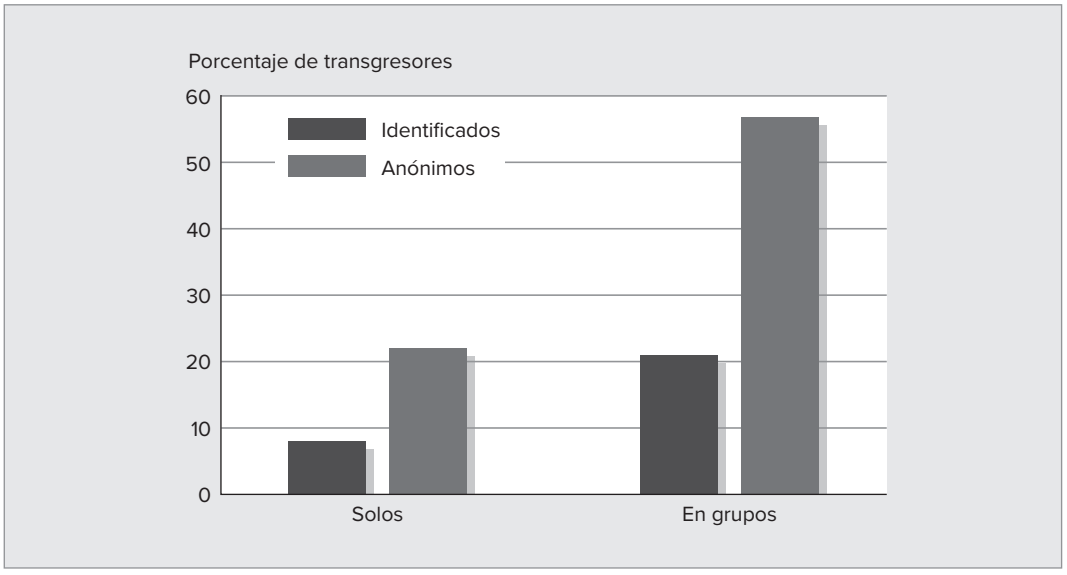


FIGURA 8.6

Los niños tuvieron mayor probabilidad de transgredir la petición y llevarse dulces adicionales en Halloween cuando estaban en grupos, eran anónimos y, en especial, cuando se desindividuaban por la combinación de la inmersión dentro del grupo y el anonimato.
Fuente: datos de Diener et al., 1976.

con guerreros despersonalizados también fueron las que maltrataban a sus enemigos. En Irlanda del Norte, 206 de los 500 ataques violentos que estudió Andrew Silke (2003) los realizaron agresores que llevaban máscaras, capuchas u otros disfraces que ocultaban su rostro. En comparación con los atacantes no disfrazados, estos agresores anónimos infligieron lesiones más graves, atacaron a más personas y cometieron mayor vandalismo.

¿Volverse físicamente anónimos desata *siempre* nuestros peores impulsos? Por fortuna, no. En todas estas situaciones, la gente respondía a señales antisociales. Robert Johnson y Leslie Downing (1979) indican que los trajes similares a los del Klan que usaron las participantes de Zimbardo pueden haber constituido señales de estímulo de la hostilidad. En un experimento en la Universidad de Georgia, las mujeres se pusieron uniformes de enfermeras antes de decidir el nivel de choque eléctrico que debería recibir alguien. Cuando las mujeres que llevaban uniforme de enfermera eran anónimas, se volvieron menos agresivas al administrar los choques. A partir de su análisis de 60 estudios sobre desindividuación, Tom Postmes y Russell Spears (1998; Reicher et al., 1995) concluyeron que el anonimato provoca menor conciencia de uno mismo, mayor conciencia del grupo y *mayor respuesta a las señales situacionales*, sean negativas (uniformes del Klan) o positivas (uniformes de enfermera).

Activación y actividades distractoras

Los arrebatos agresivos de los grandes grupos a menudo van precedidos de acciones menores que activan a la gente y distraen su atención. Los gritos, cantos, aplausos o bailes de los grupos sirven tanto para emocionar a la gente como para reducir la cohibición.

Los experimentos muestran que las actividades como lanzar piedras o cantar en grupo pueden abrir la posibilidad de un mayor comportamiento desinhibido (Diener, 1976, 1979). Actuar de forma impulsiva produce un placer autorreforzador cuando otros actúan de manera similar. Cuando vemos que otros hacen lo mismo que nosotros, pensamos que se sienten como nosotros, lo cual refuerza nuestros propios sentimientos (Orive, 1984). Cuando le gritamos al árbitro, no estamos pensando en nuestros valores; estamos reaccionando a la situación inmediata. Después, cuando nos detenemos a pensar en lo que hicimos o dijimos, a veces nos sentimos incómodos. A veces. Pero en otras ocasiones buscamos las experiencias grupales que producen desindividuación, bailes, experiencias religiosas, deportes de equipo, donde disfrutamos de intensos sentimientos positivos y de cercanía con los demás.

"Al asistir a misa en la catedral gótica, tenemos la sensación de estar contenidos e impregnados dentro de un universo integral, y de perder esa irritable sensación de ser uno mismo dentro de la comunidad de devotos".

—Yi-Fu Tuan, *Segmented Worlds and Self,* 1982

REDUCCIÓN DE LA CONCIENCIA DE UNO MISMO

Las experiencias grupales que reducen la conciencia de uno mismo tienden a desvincular el comportamiento de las actitudes. Las investigaciones de Ed Diener (1980) y de Steven Prentice-Dunn y Ronald Rogers (1980, 1989) revelaron que las personas desindividuadas y sin conciencia de sí

Verse en el espejo o estar frente a una cámara aumenta la conciencia de uno mismo, lo cual nos hace pensar con mayor cuidado en nuestras acciones individuales.
©Syda Productions/Shutterstock

mismas presentan menor contención, menor autorregulación y mayor respuesta a la situación. Estos hallazgos complementan y refuerzan los experimentos sobre **autoconciencia**.

La autoconciencia es lo contrario de la desindividuación. Las personas a las que se les induce a la autoconciencia, ya sea por actuar frente a un espejo o frente a una cámara de televisión, exhiben un *mayor* autocontrol y sus actos reflejan de manera más clara sus actitudes. Al estar frente a un espejo, las personas a las que se daban muestras de variedades de queso crema probaron menos del tipo alto en grasas (Sentyrz y Bushman, 1998).

Las personas en las que se induce una conciencia de sí mismas también tienen menor probabilidad de hacer trampa (Beaman et al., 1979; Diener y Wallbom, 1976). Lo mismo ocurre con aquellos que en general tienen un sentido más fuerte de sí mismos como individuos diferentes e independientes (Nadler et al., 1982). En Japón, donde las personas imaginan con más frecuencia qué apariencia podrían dar a los demás, la presencia de un espejo no tuvo efecto en el hacer trampa (Heine et al., 2008). El principio es que las personas que tienen conciencia de sí mismas, o en las que se provoca que esta exista de forma temporal, exhiben mayor consistencia entre sus palabras fuera de la situación y sus hechos dentro de ella.

autoconciencia
Estado de conciencia del yo en el que la atención se enfoca en uno mismo. Vuelve más sensible a la gente a sus propias actitudes y disposiciones.

Podemos aplicar esos hallazgos a muchas situaciones de la vida diaria. Las circunstancias que reducen la autoconciencia, como ocurre por el consumo de alcohol, *aumentan* la desindividuación (Hull et al., 1983). La desindividuación *disminuye* en circunstancias que aumentan la autoconciencia: espejos y cámaras, pueblos pequeños, luces brillantes, grandes etiquetas con el nombre, silencio sin distracción, vestimenta individual y casas (Ickes et al., 1978). Cuando un adolescente sale para ir a una fiesta, los consejos de los padres podrían ser "Diviértete y recuerda quién eres". En otras palabras, disfruta del grupo, pero ten conciencia de ti mismo; conserva tu identidad personal; ten cuidado con la desindividuación.

EN RESUMEN: Desindividuación: ¿cuándo pierden las personas su sentido del yo dentro de los grupos?

- Cuando los altos niveles de activación social se combinan con la disolución de la responsabilidad, es posible que la gente abandone sus contenciones normales y pierda su sentido de individualidad.
- Tal *desindividuación* es, en especial, probable cuando las personas están dentro de un gran grupo, son físicamente anónimas y existe gran activación y distracción.
- La disminución resultante en la *autoconciencia* y en la autolimitación tienden a aumentar la respuesta de las personas a la situación inmediata, sea negativa o positiva. La desindividuación es menos probable cuando la autoconciencia es alta.

POLARIZACIÓN GRUPAL: ¿LOS GRUPOS INTENSIFICAN NUESTRAS OPINIONES?

Describa y explique cómo es que la interacción entre personas que tienen opiniones similares tiende a amplificar las actitudes preexistentes.

¿Las interacciones grupales tienen con más frecuencia consecuencias buenas o malas? La brutalidad policiaca y la violencia de la muchedumbre demuestran el potencial destructivo de los grupos.

Sin embargo, los líderes de grupos de apoyo, los consultores de grupos de trabajo y los teóricos educativos proclaman los efectos benéficos de la interacción grupal. Y los miembros de grupos de autoayuda, al igual que los seguidores religiosos, fortalecen sus identidades al hermanarse con otras personas que piensan como ellos.

Los estudios sobre los grupos pequeños han producido un principio que explica tanto los resultados malos como los buenos: con frecuencia, la discusión en grupo fortalece las inclinaciones iniciales de los miembros. El desarrollo de esta investigación sobre la **polarización grupal** ilustra el proceso de indagatoria; es decir, la manera en que un descubrimiento interesante a menudo conduce a los investigadores a llegar a conclusiones apresuradas y erróneas, que se reemplazan con conclusiones más precisas. Este es un misterio científico que yo [DM] puedo discutir de primera mano, ya que fui uno de los detectives.

polarización grupal
La intensificación producida por el grupo de las tendencias preexistentes de los miembros; un fortalecimiento de la tendencia promedio de los miembros, no una división dentro del grupo.

EL CASO DEL "CAMBIO ARRIESGADO"

Más de 300 estudios empezaron con un sorprendente hallazgo de James Stoner (1961), quien entonces era un estudiante de posgrado del MIT. Para su tesis de maestría en administración, Stoner sometió a prueba la creencia popular de que los grupos son más cautos que los individuos. Planteó dilemas en los que la tarea del participante era aconsejar a personajes imaginarios sobre cuánto riesgo debían asumir. Póngase en los zapatos del participante: ¿qué consejo le daría al personaje en la siguiente situación? [1]

> Helen es una escritora de la que se dice que tiene un considerable talento creativo, pero que, hasta la fecha, ha obtenido un cómodo ingreso como escritora de novelas baratas del Oeste. Hace poco se le ocurrió una idea de una novela que, en potencia, sería importante. Si la pudiera escribir y se la aceptan, podría tener un impacto literario considerable y sería un gran impulso para su carrera. Por otro lado, si no puede concretar su idea o si la novela es un fiasco, habrá usado una gran cantidad de tiempo y energía sin obtener remuneración.
>
> Imagine que le dará consejo a Helen. Por favor, marque la probabilidad *más baja* que considere aceptable para que Helen intente escribir la novela.
>
> Helen debería hacer el intento de escribir la novela si las probabilidades de que sea exitosa son cuando menos de:
>
> _____ 1 de 10
> _____ 2 de 10
> _____ 3 de 10
> _____ 4 de 10
> _____ 5 de 10
> _____ 6 de 10
> _____ 7 de 10
> _____ 8 de 10
> _____ 9 de 10
> _____ 10 de 10 (por favor, marque esta opción si piensa que Helen solo debería tratar de escribir la novela si está segura de que será un éxito).

Después de tomar su decisión, pronostique lo que el lector promedio de este libro le aconsejaría a Helen.

Después de marcar su consejo en una docena de reactivos, un grupo de unos cinco individuos analizarían cada reactivo y llegarían a un acuerdo. ¿Cómo cree que se compararon las decisiones grupales con la decisión promedio antes de la discusión? ¿Habría mayor probabilidad de que los grupos asumieran mayores riesgos, que fueran más cautos o que dieran resultados semejantes?

Para sorpresa de todos, las decisiones grupales por lo regular eran más arriesgadas. Este "fenómeno del cambio arriesgado" desató una oleada de estudios sobre toma de riesgos. Estos revelaron que el cambio arriesgado ocurre no solo cuando el grupo decide por consenso: después de una breve discusión, los individuos también alterarán sus decisiones. Lo que es más,

El cambio arriesgado: los grupos de personas, como los adolescentes que están juntos en este coche, pueden tomar decisiones más riesgosas que los individuos solos.
©Big Cheese Photo/Superstock

[1]Este reactivo que yo [DM] construí para mi propia investigación, ilustra el tipo de dilema planteado por Stoner.

los investigadores repitieron en forma exitosa los hallazgos de Stoner con personas de diversas edades y ocupaciones, en una docena de países.

Durante la discusión, las opiniones convergieron. Sin embargo, es curioso que el punto hacia el cual convergieron por lo regular fuera una cifra menor (más riesgosa) que su promedio inicial. Eso representaba un acertijo interesante. El pequeño efecto de cambio arriesgado fue confiable, inesperado y sin explicación obvia inmediata. ¿Qué influencias grupales producen tal efecto? ¿Y qué tan generalizado es? ¿Las discusiones en los jurados, comités empresariales y organizaciones militares también promueven que se asuman riesgos? ¿Esto explica por qué la imprudencia vial de los adolescentes, como la miden las tasas de mortalidad, casi se duplica cuando el conductor de 16 o 17 años va acompañado de dos adolescentes que cuando no (Chen et al., 2000)? ¿Explica las burbujas accionarias cuando la gente discute por qué las acciones suben, lo cual crea una cascada informativa que impulsa que las acciones suban todavía más (Sunstein, 2009)?

Después de varios años de estudio, mis colegas y yo [DM] descubrimos que el cambio arriesgado no era universal. Podíamos redactar dilemas en los que las personas se volvían más *cautelosas* luego de discutirlos. Uno de ellos presentaba a Roger, un hombre joven casado con dos hijos en edad escolar, pero un empleo con un salario bajo. Roger podía cubrir las necesidades básicas, pero pocos lujos. Se enteró de que las acciones de una empresa casi desconocida podrían triplicarse en valor si su nuevo producto tenía una recepción favorable o declinar en forma considerable si no se vendía. Roger no tenía ahorros. Para invertir en la empresa, consideró vender la póliza de seguro de vida de su esposa.

¿Puede ver un principio general que prediga tanto la tendencia a dar un consejo más riesgoso luego de discutir la situación de Helen y un consejo más cauto después de discutir el caso de Roger? Si usted es como la mayoría de la gente, le aconsejaría a Helen asumir un riesgo mayor que Roger, incluso antes de hablar con otras personas. Resulta que existe una fuerte tendencia a que la discusión acentúe esos resultados iniciales. De este modo, los grupos que discuten el dilema de Roger mostraron una mayor aversión al riesgo que antes de la discusión (Myers, 2010).

¿LOS GRUPOS INTENSIFICAN LAS OPINIONES?

Al darnos cuenta de que este fenómeno grupal no era un cambio consistente hacia un mayor riesgo, repensamos el fenómeno como una tendencia de la discusión grupal a *acentuar* las conclusiones iniciales de los miembros del grupo. Las mentalidades semejantes se polarizan. Esta idea llevó a los investigadores a proponer lo que los investigadores franceses Serge Moscovici y Marisa Zavalloni (1969) llamaron polarización grupal: *la discusión típicamente fortalece la inclinación promedio de los miembros del grupo*.

Experimentos de polarización grupal

Esta nueva perspectiva de los cambios inducidos por el grupo impulsó a los experimentadores a poner a la gente a discutir las declaraciones actitudinales que la mayoría favorecía o contra las que la mayoría se oponía. ¿La discusión en grupos realza sus inclinaciones iniciales compartidas? En los grupos, ¿aquellos que toman riesgos se arriesgarán más, los intolerantes se volverán más hostiles y las personas dadivosas se volverán más generosas? Eso es lo que predice la hipótesis de la polarización grupal (**figura 8.7**).

Docenas de estudios confirman la polarización grupal. Estos son tres ejemplos:

- Moscovici y Zavalloni (1969) observaron que la discusión acentuaba las actitudes positivas iniciales de los estudiantes franceses hacia su presidente y las actitudes negativas contra los estadounidenses.
- Mititoshi Isozaki (1984) encontró que los estudiantes universitarios japoneses hacían juicios más pronunciados sobre culpabilidad después de discutir un caso de accidente de tránsito. Cuando los miembros se inclinan a conceder compensación por daños, lo que el grupo concede tiende a superar lo que concedería la mediana de los miembros del jurado (Sunstein 2007a).
- Cuando las personas creían que estaban viendo un video en línea de un discurso político al mismo tiempo que muchos otros espectadores (en comparación con ausencia de otros espectadores), sus juicios del discurso fueron más extremos (Shteynberg et al., 2016).
- Markus Brauer y sus colaboradores (2001) encontraron que los estudiantes franceses eran más inflexibles en su desagrado por alguien luego de discutir con otras personas sus

impresiones negativas compartidas. Si algunos individuos sienten desagrado por usted, es posible que su desagrado como grupo sea mayor.

Otra estrategia de investigación consistió en elegir temas en los que las opiniones están divididas y luego aislar a las personas que comparten la misma perspectiva. ¿La discusión con personas que tienen una mentalidad semejante fortalece las perspectivas? ¿Amplifica la brecha actitudinal que separa ambas posturas?

George Bishop y yo [DM] nos preguntamos eso. Así que formamos grupos de estudiantes de preparatoria más o menos prejuiciosos y no prejuiciosos, y les pedimos que respondieran, antes y después de la discusión, a temas que implicaban actitudes racistas (Myers y Bishop, 1970). Por ejemplo, respondieron a un caso que implicaba el derecho de propiedad de rentar solo a un grupo racial contra el derecho civil de no enfrentar la discriminación. Encontramos que las discusiones entre estudiantes que pensaban de modo similar sí aumentó la brecha inicial entre ambos grupos (**figura 8.8**). Lo que es más, Jessica Keating y sus colaboradores (2016) informan que las personas no están conscientes de este fenómeno en sus propias vidas. Cuando algunos grupos pequeños de personas con posturas semejantes discutieron si Barack Obama o George W. Bush había sido el mejor presidente, los participantes subestimaron el grado al que la discusión polarizó sus actitudes, recordando de forma incorrecta sus actitudes previas como menos extremas de lo que eran en realidad.

Los estudios en Gran Bretaña y Australia confirman que las discusiones grupales pueden magnificar las tendencias tanto negativas como positivas. Cuando las personas comparten impresiones negativas de un grupo, como acerca de un grupo de inmigrantes, la discusión sustenta sus perspectivas negativas y aumenta su disposición a discriminar (Smith y Postmes, 2011). Y cuando la gente comparte sus preocupaciones por una injusticia, la discusión amplifica su preocupación moral (Thomas y McGarty, 2009). Como cuando los carbones calientes están juntos, las mentes parecidas se fortalecen entre sí.

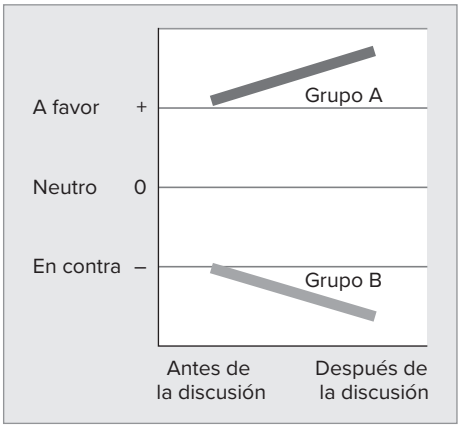


FIGURA 8.7

Polarización grupal

La hipótesis de la polarización grupal pronostica que la discusión fortalecerá una actitud compartida por los miembros del grupo.

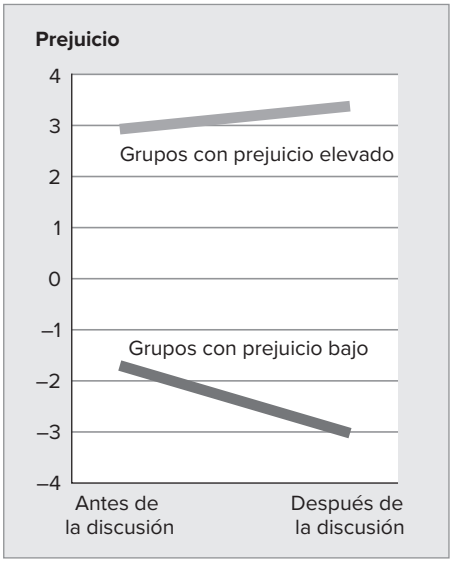


FIGURA 8.8

La discusión aumentó la polarización entre grupos homogéneos de estudiantes de preparatoria con prejuicio elevado y bajo. Discutir temas raciales incrementó el prejuicio en el grupo con prejuicio alto y lo redujo en el grupo con prejuicio bajo.
Fuente: Datos de Myers y Bishop, 1970.

Polarización grupal en la vida diaria

En la vida cotidiana, las personas se asocian en gran medida con otros individuos cuyas actitudes son semejantes a las propias (*véase* el capítulo sobre "Atracción", o solo examine su propio círculo de amigos). Así que, fuera del laboratorio, ¿las interacciones grupales cotidianas con amigos que piensan de modo similar intensifican las actitudes compartidas? ¿Los ñoños se vuelven más ñoños, los deportistas se vuelven más deportistas, y los rebeldes, más rebeldes?

Así es. Como indicó Eleanor Maccoby (2002), la autosegregación de los varones en grupos masculinos y de las niñas en grupos femeninos aumenta sus diferencias de género que al inicio son menores. Cuando los varones están con otros niños se vuelven cada vez más competitivos y orientados a la acción en sus juegos y recreaciones de fantasías. Las niñas que están con otras niñas se orientan más hacia las relaciones.

En los tribunales federales de apelación en Estados Unidos, los jueces nombrados por presidentes republicanos tienden a votar en el sentido de los republicanos, en tanto que los jueces nombrados por presidentes demócratas tienden a votar siguiendo la misma línea. Eso no es sorpresivo. Pero David Schkade y Cass Sunstein (2003) informan que tales tendencias se acentúan cuando se encuentran entre jueces de mentalidad semejante: "Un juez republicano que presida junto con otros dos republicanos vota de manera bastante más conservadora que cuando preside junto con, cuando menos, un juez demócrata. Mientras tanto, un juez demócrata muestra la misma tendencia, pero en dirección contraria".

POLARIZACIÓN GRUPAL EN LAS ESCUELAS Otro paralelo entre la vida real y el fenómeno de laboratorio es lo que los investigadores han llamado el efecto de acentuación: con el tiempo, las diferencias iniciales entre grupos de estudiantes universitarios se acentúan. Si los estudiantes de primer año en la Universidad Cerebrito son al principio más intelectuales que los estudiantes de

"¿Qué explica el aumento del fascismo en el decenio de 1930? ¿El surgimiento del radicalismo estudiantil en la década de 1960? ¿El crecimiento del terrorismo islámico en la de 1990?... El tema unificador es simple: cuando la gente se encuentra en grupos de personas con ideas semejantes, tienen en especial más probabilidades de irse a los extremos. [Este] es el fenómeno de la polarización grupal".

—Cass Sunstein, *Going to Extremes,* 2009

la Universidad Fiestera, es probable que la brecha aumente para cuando se gradúen. Del mismo modo, en comparación con los miembros de fraternidades y clubes o asociaciones femeninas estudiantiles, quienes no son miembros han tendido a tener actitudes políticas más liberales, una diferencia que aumenta con el tiempo en la universidad (Pascarella y Terenzini, 1991). Los investigadores creen que esto proviene en parte de que los miembros del grupo refuerzan las inclinaciones compartidas.

POLARIZACIÓN GRUPAL EN LAS COMUNIDADES La polarización también ocurre en comunidades a medida que las personas se segregan por su propia cuenta. "Los lugares jipis... atraen a gente jipi, que se vuelve más jipi", señala David Brooks (2005). "Los lugares conservadores... atraen a los conservadores, que se vuelven todavía más conservadores". Los vecindarios pueden convertirse en cámaras de eco, con opiniones que resuenan entre amigos que son almas gemelas.

Si le muestras a los psicólogos sociales un grupo de mentalidad semejante que interactúe mayormente entre sí, ellos te mostrarán un grupo que tal vez se volverá más extremo. Mientras la diversidad nos modera, la igualdad nos polariza.

Un experimento formó grupos pequeños de habitantes de Colorado provenientes de la ciudad liberal de Boulder y de la ciudad conservadora de Colorado Springs. Las discusiones aumentaron la concordancia dentro de los grupos pequeños acerca del calentamiento global, la acción afirmativa y los matrimonios entre personas del mismo sexo. Sin embargo, las personas que provenían de Boulder convergieron más hacia la izquierda y aquellos de Colorado Springs lo hicieron más hacia la derecha (Schkade et al., 2007).

En los estudios de laboratorio, las relaciones competitivas y la desconfianza que a menudo muestran los individuos cuando practican juegos unos con otros con frecuencia empeoran cuando los jugadores forman grupos (Winquist y Larson, 2004). Durante los conflictos comunitarios, las personas que tienen mentalidades semejantes se asocian cada vez más entre sí, amplificando sus tendencias compartidas. La delincuencia en pandilla brota de un proceso de reforzamiento mutuo dentro de las pandillas de barrio, cuyos miembros comparten atributos y hostilidades (Cartwrigt, 1975). David Lykken (1997) conjetura que si "un segundo quinceañero descontrolado se muda a [tu cuadra]"... los problemas en los que se meterán como equipo con probabilidad sean de más del doble de los que cometería el primero por sí solo... Una pandilla es más peligrosa que la suma de sus partes individuales" (o, como decía un amigo mío [JT] cuando estábamos en la universidad y habíamos atestiguado más de las payasadas de borrachos de las que nos gustaría haber visto: "Los chavos hacen tonterías cuando se juntan en grupo"). De hecho, como informan Bonita Veysey y Steven Messner (1999), "los grupos no supervisados de pares" son "el factor más fuerte de predicción" de la tasa de abuso delictivo en los vecindarios. Es más, las intervenciones experimentales que toman a los delincuentes juveniles y los agrupan con otros delincuentes aumentan la tasa de comportamiento problemático, lo cual no es sorpresivo para ningún investigador de la polarización grupal (Dishion et al., 1999).

En dos juicios, los tribunales sudafricanos redujeron las sentencias después de conocer la manera en que los fenómenos psicosociales, incluyendo la desindividuación y la polarización grupal, llevaron a los miembros de una multitud a cometer actos homicidas (Colman, 1991). ¿Qué piensa usted: los tribunales deberían considerar los fenómenos psicosociales como posibles circunstancias atenuantes?

POLARIZACIÓN GRUPAL EN LA POLÍTICA Con agrupaciones de personas que piensan de manera similar sirviendo como cámaras de eco políticas, Estados Unidos ofrece el ejemplo de una perentoria polarización política y social problemática. A medida que más y más personas consideran a su partido como superior en forma moral y a la oposición como corrupta, la cooperación y las metas compartidas se sustituyen por un estancamiento. Considere lo siguiente:

- *Condados con la misma mentalidad*. El porcentaje de estadounidenses que viven en los "condados con victorias aplastantes", aquellos en los que 60% o más votó por el mismo candidato presidencial, se elevaron de 38% en 1992 a 60% en 2016 (Aisch et al., 2016).
- *Reducción del término medio*. El porcentaje de universitarios que se declaran políticamente "moderados" disminuyó de 60% en 1983 a 42% en 2016, mientras que aquellos que se identifican con la extrema izquierda o con la extrema derecha aumentaron (Eagan et al., 2017; Twenge et al., 2016).
- *Aumento en la división partidista*. La brecha entre republicanos y demócratas, como se expresa en los discursos del Congreso y en las actitudes de los ciudadanos, nunca fue mayor (**figura 8.9**) (Gentzkow et al., 2017; Pew, 2017).
- *Antagonismo*. En 2016, la mayoría de los republicanos y demócratas reconocieron por primera vez haber tenido perspectivas "*muy* desfavorables" del otro partido (Doherty y Kiley, 2016). En 1960, solo 5% de los republicanos y 4% de los demócratas dijeron sentirse

decepcionados de que uno de sus hijos fuera a casarse con alguien del otro partido político. Para 2010, 49% de los republicanos y 33% de los demócratas dijeron que eso les molestaría (Iyengar et al., 2012).

- *Partidismo persistente*. La tasa de estadounidenses que votan por el mismo partido en elecciones presidenciales sucesivas nunca fue tan alta (Smidt, 2017).

Este empeoramiento en la escisión es cada vez más evidente para todos, con una cifra récord de 77% de estadounidenses que perciben que su país está dividido (Jones, 2016).

Los grupos a menudo superan a los individuos. Una pandilla es más peligrosa que la suma de sus partes, lo mismo que "la manada lo es más que el lobo".
©Raimund Linke/Getty Images

POLARIZACIÓN GRUPAL EN LA INTERNET Desde el antiguo invento de la imprenta a la internet de hoy, la cantidad de información disponible creció en forma exponencial. Mientras algún tiempo atrás la gente compartía la misma información a partir de unas cuantas cadenas televisivas y revistas noticiosas nacionales, en la actualidad elegimos de una diversidad de fuentes. Con tantas opciones, es natural que nos "expongamos de forma selectiva" a medios informativos con posturas semejantes a las nuestras (Dylko et al., 2017). Aceptamos publicaciones mediáticas que sustentan nuestros puntos de vista y criticamos de manera feroz a aquellas que despreciamos (díganos qué medios consume y adivinaremos su ideología política).

A medida que la gente lee de manera selectiva los blogs y visita los grupos de chat, ¿la internet los arrea dentro de "tribus con mentalidad común" (o tenemos más amigos, y más diversos, en Facebook que en nuestra vida diaria)? ¿La gente (usted) tiende a ingresar contenido con el que coincide y a bloquear lo que le desagrada? ¿Los progresistas tienden a tener amigos progresistas y a compartir vínculos con ellos, y lo mismo ocurre con los conservadores? ¿La internet segrega a las comunidades, con secciones de noticias dirigidas a sus intereses, amplificando la fragmentación social y la polarización política?

Los incontables grupos virtuales en la internet permiten que los pacifistas y los neonazis, los geeks y los góticos, los teóricos de la conspiración y los supervivientes de cáncer se aíslen junto a otras personas que piensan como ellos, para encontrar apoyo para sus preocupaciones, intereses y sospechas compartidos (Gerstenfeld et al., 2003; McKenna y Bargh, 1998, 2000; Sunstein, 2009, 2016). Con los retuiteos, noticias personalizadas y autoselecciones de este nuevo menú, quienes piensan de la misma forma se retroalimentan con información valiosa, y desinformación tóxica: falsedades que, después de contarlas una y otra vez, se aceptan como hechos (Barberá et al., 2015). En consecuencia, los desacuerdos se convierten en satanización y las sospechas escalan hasta la paranoia.

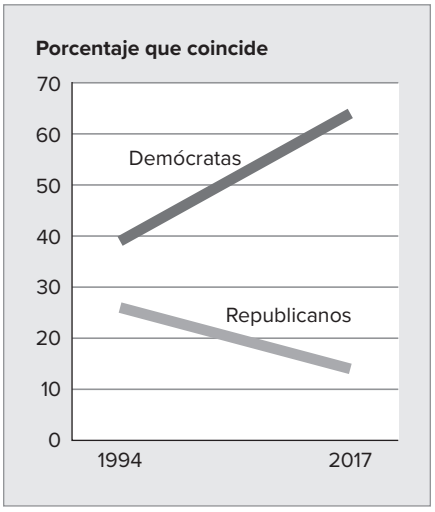


FIGURA 8.9

Una sociedad polarizada. Los demócratas coinciden cada vez más en que "la discriminación racial es la principal razón por la que muchas personas negras no pueden superarse en estos tiempos" (Pew, 2017). Se volvió menos probable que los republicanos coincidan.

La investigación confirma que la mayoría leemos blogs que refuerzan, en lugar de desafiar, nuestros puntos de vista y que esos blogs se vinculan en su mayoría con blogs similares, relacionando a liberales con liberales y a conservadores con conservadores, como si se tuvieran conversaciones con el espejo del baño (Lazer et al., 2009). El resultado neto es que en el mundo actual, la polarización política, despreciar a la gente con perspectivas políticas contrarias, se volvió de forma considerable más intensa que la polarización racial (Iyengar y Westwood, 2014). La mayor cantidad de información profundiza en lugar de moderar las divisiones partidistas. El correo electrónico, Google y los grupos de chat "facilitan mucho más que los grupos pequeños convoquen a personas de mentalidad parecida, que materialicen los odios difusos y que movilicen una fuerza letal", señaló Robert Wright (2003). Los pacificadores se vuelven más pacifistas y los miembros de las milicias se vuelven más propensos al terrorismo. Según un análisis, los sitios web terroristas, que aumentaron de una docena en 1997 a cerca de 4 700 para finales de 2005, crecieron con una

"Pensábamos que la internet nos daría acceso a personas con diferentes puntos de vista. En lugar de ello, nos da acceso a mucha gente con el mismo punto de vista".

—Tuit del comediante Kumail Nanjiani, 2016

velocidad cuatro veces mayor que la cifra total de sitios web (Ariza, 2006). Es más, mientras más tiempo pasa la gente en foros segregados dentro de la "web oscura", más violentos son sus mensajes (Chen, 2012). Se dice que Tamerland y Dozhokhar Tsarnaev, quienes lanzaron bombas en el Maratón de Boston, se "autorradicalizaron" a través de su exposición a la internet (Wilson et al., 2013).

En conclusión: en nuestra lista de grandes retos futuros, en un lugar apenas un poco por debajo de limitar el cambio climático, se encuentra el aprender a aprovechar los grandes beneficios del futuro digital y de su mundo más conectado, pero sin exacerbar la polarización grupal.

POLARIZACIÓN GRUPAL EN ORGANIZACIONES TERRORISTAS A partir de su análisis de las organizaciones terroristas en todo el mundo, Clark McCauley y sus colaboradores (2002; McCauley y Moskalenko, 2017) señalan que el terrorismo no brota de pronto: "Los lobos solitarios son poco comunes". En lugar de ello, surge entre personas cuyos reclamos compartidos los llevan a unirse y avivar su fuego. A medida que se relacionan aislándose de las influencias moderadoras, se vuelven de manera progresiva más extremos. El amplificador social transmite la señal con más intensidad. El resultado son actos violentos que los individuos, separados del grupo, nunca habrían cometido (véase el apartado de "Enfoque: Polarización grupal").

Por ejemplo, el 11 de septiembre de 2001, los terroristas se desarrollaron gracias a un largo proceso que implicó el efecto polarizador de la interacción entre individuos con mentalidad semejante. Un panel del National Research Council señaló que el proceso de convertirse en terrorista aísla a los individuos de otros sistemas de creencia, deshumaniza los objetivos potenciales y no tolera la disidencia (Smelser y Mitchell, 2002). Los miembros del grupo llegan a categorizar al mundo en "nosotros" y "ellos" (Moghaddam, 2005; Qirko, 2004). Ariel Merari (2002), un investigador del terrorismo suicida en Medio Oriente y Sri Lanka, cree que la clave para formar a un terrorista suicida es el proceso grupal. "Por lo que sé, no existe un solo caso de terrorismo suicida que se haya llevado a cabo por un capricho personal".

Enfoque

Polarización grupal

Shakespeare retrató el poder polarizador de un grupo de personas afines en su diálogo entre los seguidores de Julio César.

Antonio: ¡Nobles almas, ¿lloráis cuando veis las vestiduras laceradas de nuestro César? Miradlo aquí, ultrajado como veis por los traidores.
Primer ciudadano: ¡Oh, lamentable espectáculo!
Segundo ciudadano: ¡Oh, noble César!
Tercer ciudadano: ¡Oh, aciago día!
Cuarto ciudadano: ¡Traidores, villanos!
Primer ciudadano: ¡Oh, visión más sangrienta!
Segundo ciudadano: ¡Seremos vengados!

Todos: ¡Venganza! ¡Por doquier! ¡Buscad! ¡Quemad! ¡Incendiad! ¡Linchad! ¡Matad! ¡Que no quede traidor vivo!

Fuente: Tomado de *Julio César* de William Shakespeare, Acto III, escena II, líneas 199-209.

Según un análisis de los terroristas que eran miembros de la Yihad Salafi, un movimiento fundamentalista islámico que incluye a Al Qaeda, 70% ingresó mientras vivía fuera de sus países de origen. Después de mudarse al extranjero en búsqueda de empleos o educación, adquirieron una profunda conciencia de su identidad musulmana y a menudo gravitaron hacia las mezquitas y se mudaron con otros musulmanes expatriados, que a veces los reclutaban dentro de células que les proveían "apoyo emocional y social mutuo" y "el desarrollo de una identidad común" (Reicher y Haslam, 2016; Sageman, 2004). Uno de los militantes de mayor rango en el Estado Islámico informó que su movimiento nació dentro de una prisión estadounidense en Irak: "Si no hubiera habido una prisión de Estados Unidos en Irak, no existiría ahora el Estado Islámico. [La prisión] fue una fábrica. Nos convirtió a todos. Formó nuestra ideología... Teníamos tanto tiempo para sentarnos a planear que fue el ambiente perfecto" (citado por Chulov, 2014).

De manera similar, las matanzas son fenómenos grupales. La violencia se facilita y escala gracias a que los asesinos se instan unos a otros, señaló Robert Zajonc (2000), quien conoció la violencia

como superviviente de un bombardeo aéreo a Varsovia en la Segunda Guerra Mundial durante el cual murieron sus padres (Burnstein, 2009). Es difícil influir en alguien una vez que "está en la olla de presión del grupo terrorista", apuntó Jerrold Post (2005) después de entrevistar a muchos individuos acusados de terrorismo. "A la larga, la política antiterrorista más eficaz es aquella que inhibe a que los potenciales reclutas se unan de inicio".

EXPLICACIÓN DE LA POLARIZACIÓN GRUPAL

¿Por qué los grupos adoptan posturas más exageradas que las que tiene el miembro individual promedio? Los investigadores esperaban que resolver el misterio de la polarización grupal les proveyera de algunos discernimientos acerca de la influencia del grupo. A veces, resolver pequeños acertijos proporciona indicios para resolver enigmas más grandes.

Entre varias teorías propuestas de la polarización grupal, dos sobrevivieron el escrutinio científico. Una trata sobre los *argumentos* que se presentan durante una discusión y es un ejemplo de la *influencia informativa* (que proviene de aceptar la evidencia acerca de la realidad). La otra se refiere a cómo se ven a sí mismos los miembros del grupo en relación con los otros miembros, que es un ejemplo de la *influencia normativa* (basada en el deseo de la persona de que otros la acepten o admiren).

"Si tienes una manzana y yo tengo una manzana, y las intercambiamos, entonces tú y yo seguiremos teniendo solo una manzana. Pero si tienes una idea y yo tengo otra, y las intercambiamos, entonces cada uno tendrá dos ideas".

—Charles F. Brannan, Secretario de Agricultura, Transmisión de la cadena NBC el 3 de abril de 1949

Influencia informativa

Según la explicación que tiene mayor apoyo, la discusión de grupo produce un agrupamiento de ideas, la mayoría de las cuales favorece el punto de vista dominante. Algunas ideas discutidas son parte del saber popular entre los miembros del grupo (Gigone y Hastie, 1993; Larson et al., 1994; Stasser, 1991). Otras pueden incluir argumentos persuasivos que algunos miembros no consideraron en forma previa. Cuando se discute el caso de Helen, la escritora, alguien podría decir: "Helen debería intentarlo, porque tiene poco que perder. Si su novela no pega, puede seguir escribiendo sus novelas baratas del Oeste". Con frecuencia, tales declaraciones combinan información sobre los *argumentos* de la persona con indicios relacionados con la *postura* de esa persona acerca del tema. Pero cuando la gente escucha argumentos relevantes sin conocer las posiciones que los otros asumen, de todos modos cambian su propia postura (Burnstein y Vinokur, 1977; Hinsz et al., 1997). Los *argumentos* importan en sí mismos.

Pero el cambio de actitud implica algo más que tan solo escuchar los argumentos de otro. La *participación activa* en la discusión produce un mayor cambio de actitudes que escuchar de forma pasiva. Los participantes y observadores escuchan las mismas ideas, pero cuando el participante las expresa en sus propias palabras, el compromiso verbal magnifica el impacto. Mientras más miembros del grupo repitan las ideas de los demás, más las ensayan y validan (Brauer et al., 1995).

Las mentes de las personas no son simples pizarras en blanco donde escriben quienes los persuaden. En la ruta central de la persuasión, es crucial lo que la gente piensa en respuesta a un mensaje. De hecho, tan solo pensar en un tema durante un par de minutos puede fortalecer las opiniones (Tesser et al., 1995) (quizá recuerde que sus sentimientos se polarizaron cuando solo se puso a pensar en alguien que le desagradaba, o agradaba).

comparación social
Evaluar las propias opiniones y capacidades al compararse con los demás.

ignorancia pluralista
Una impresión falsa de que lo que están pensando o sintiendo otras personas o de cómo responden.

Influencia normativa

Una segunda explicación de la polarización implica la comparación con los demás. Como argumentó Leon Festinger (1954) en su influyente teoría de la **comparación social**, los humanos queremos evaluar nuestras opiniones y capacidades confrontando nuestros puntos de vista con los de los demás. Nos persuaden más las personas dentro de nuestros "grupos de referencia": grupos con los que nos identificamos (Abrams et al., 1990; Hogg et al., 1990). Es más, queremos que la gente nos quiera, por lo que es posible que expresemos opiniones más firmes después de descubrir que otras personas comparten nuestras perspectivas.

Cuando le pedimos a la gente (como le pedimos a usted) que predigan cómo responderían otras personas a reactivos como el del dilema de Helen, en forma típica exhiben **ignorancia pluralista**: no se dan cuenta del grado en que los demás apoyan la tendencia social preferida (en este caso, escribir la novela). Una persona típica aconsejará que Helen escriba la novela,

Ignorancia pluralista: a veces, una suposición falsa acerca del desinterés del otro puede impedir que dos personas con un interés amoroso mutuo se relacionen.
©visualspace/E+/Getty Images

Portada de *The Economist* acerca de la caída del mercado de valores.
Reimpreso con autorización de Kevin Kal Kallaugher, *The Economist,* Kaltoons.com

aunque su probabilidad de éxito sea solo 4 de 10, pero estimará que la mayoría de los demás requerirían una probabilidad de 5 o 6 de 10 (este hallazgo es reminiscente del sesgo en beneficio propio: la gente tiende a considerarse a sí misma como una encarnación mejor que el promedio de los rasgos y actitudes socialmente deseables). Cuando empieza la discusión, la mayoría de las personas descubren que no están eclipsando a los demás como se suponía que hicieran. De hecho, los otros les llevan la delantera, habiendo asumido una postura incluso más firme a favor de escribir la novela. Al ya no estar restringidos por la percepción equivocada de la norma grupal, se liberan para expresar con mayor firmeza sus preferencias.

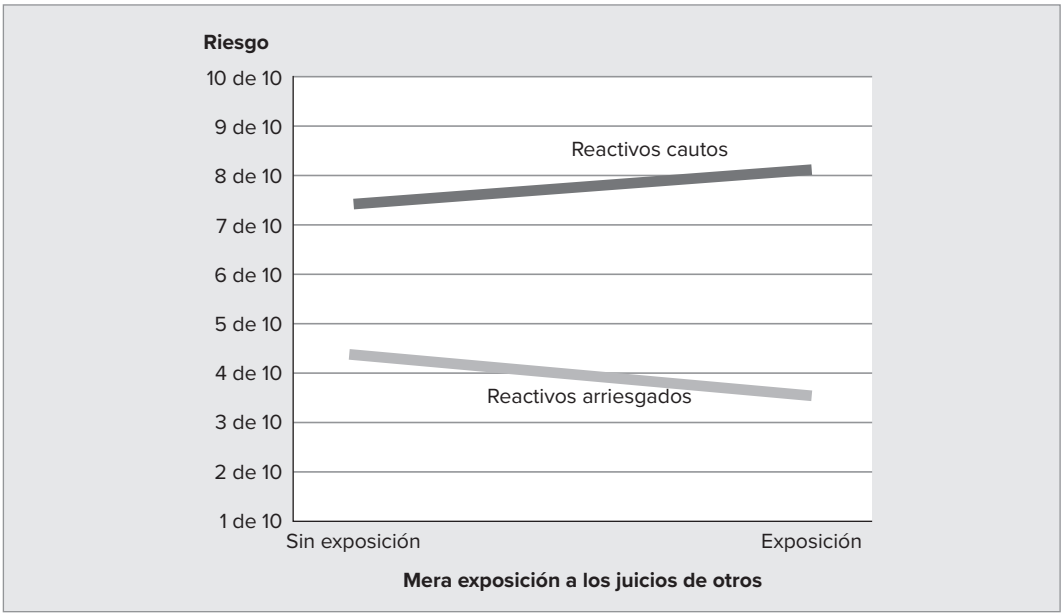
Tal vez podrá recordar alguna vez en que usted y alguien más querían tener una relación, pero ambos temían dar el primer paso al suponer que la otra persona no estaba interesada. Ese tipo de ignorancia pluralista impide el inicio de las relaciones (Vorauer y Ratner, 1996).

O quizá recuerde cuando usted y otras personas se mostraron precavidos y reservados en un grupo hasta que alguien más rompió el hielo y dijo: "Bueno, para ser bien franco, creo que...". Al poco tiempo, todos se sorprenden al descubrir un fuerte apoyo para sus perspectivas compartidas. A veces un profesor pregunta si alguien tiene dudas y nadie responde, lo que conduce a que cada alumno infiera que es el único que está confundido. Todos suponen que el temor a la vergüenza explica su propio silencio, pero que el silencio de todos los demás significa que entendieron el tema.

La teoría de la comparación social impulsó experimentos que expusieron a la gente a las posiciones de los demás, pero no a sus argumentos. Esta es en forma aproximada la misma experiencia que tenemos cuando leemos los resultados de una encuesta de opinión o de las encuestas de salida el día de una elección. Cuando las personas se enteran de las posturas de los demás, sin compromiso previo y sin discusión o comunicación de argumentos, ¿ajustarán sus respuestas para mantener una posición socialmente favorable? Como ilustra la **figura 8.10**, así ocurre. Esta polarización basada en la comparación en general es menor que la producida por una discusión animada. Aun así, es sorprendente que en lugar de solo conformarse al promedio grupal, la gente a menudo va un paso más allá.

FIGURA 8.10

En los reactivos de los dilemas arriesgados (como el caso de Helen) la mera exposición al juicio de los demás aumentó las tendencias de propensión al riesgo de los individuos. En los reactivos de dilemas cautelosos (como el caso de Roger), la exposición al juicio ajeno aumento la cautela.
Fuente: Datos de Myers, 1978.



Tan solo conocer las decisiones de otras personas también contribuye al efecto de la tendencia popular que crea éxitos musicales, literarios y fílmicos. Un experimento convocó a 14 341 participantes en la internet para que escucharan y, si así lo querían, descargaran canciones antes desconocidas (Salganik et al., 2006). Los investigadores asignaron en forma aleatoria a algunos de los participantes a una condición que revelaba las elecciones de descarga de participantes anteriores. Entre aquellos a los que se dio esa información, las canciones populares se volvieron más populares, mientras que las impopulares se volvieron menos populares.

La investigación sobre la polarización grupal ilustra la complejidad de las indagaciones psicosociales. Por mucho que nos gustara que nuestras explicaciones de un fenómeno fueran simples, rara vez una sola explicación aclara todos los datos. Debido a que las personas son complejas, con frecuencia más de un factor influye en un resultado. En las discusiones de grupo, los argumentos persuasivos predominan en temas que tienen un elemento fáctico (¿La persona es culpable del delito?). La comparación social influye en las respuestas en los juicios de valor ("¿Qué tan larga debería ser su sentencia?") (Kaplan, 1989). En los diversos temas que tienen aspectos tanto fácticos como de valor, los dos factores funcionan juntos. Descubrir que los demás comparten los propios sentimientos (comparación social) desencadena las discusiones (influencia informativa) que sustentan lo que todos favorecen en secreto.

EN RESUMEN: Polarización grupal: ¿los grupos intensifican nuestras opiniones?

- De la discusión grupal surgen resultados que en potencia son positivos y negativos. Cuando se intenta comprender el curioso descubrimiento de que la discusión fomentaba que la gente asumiera mayores riesgos, los investigadores encontraron que la discusión tiende a fortalecer de hecho el punto de vista en un principio dominante, ya sea arriesgado o cauto.
- Asimismo, en las situaciones cotidianas, la interacción de grupo tiende a intensificar las opiniones. Este fenómeno de *polarización grupal* proporcionó una ventana a través de la cual los investigadores pudieron observar la influencia grupal.
- Los experimentos confirmaron dos influencias de los grupos: informativa y normativa. La información derivada de una discusión favorece sobretodo la alternativa en inicio preferida, con lo cual refuerza el apoyo para ella.

PENSAMIENTO GRUPAL: ¿LOS GRUPOS OBSTACULIZAN O AYUDAN A LAS BUENAS DECISIONES?

Describa cuándo y por qué las influencias grupales obstaculizan con frecuencia las buenas decisiones. Describa también cuándo los grupos promueven las buenas decisiones y cómo podemos conducir a los grupos a tomar decisiones óptimas.

¿Los fenómenos psicosociales que hemos visto ocurren en grupos complejos como juntas empresariales o gabinetes presidenciales? ¿Es probable que se presente la autojustificación? ¿El sesgo en beneficio propio? ¿Una sensación cohesiva de "nosotros" promueve la conformidad que reprime las discrepancias? ¿El compromiso público produce resistencia al cambio? ¿Polarización grupal?

El psicólogo social Irving Janis (1971, 1982) se preguntó si tales fenómenos podrían ayudar a explicar las decisiones grupales buenas y malas que tomaron algunos de los presidentes de Estados Unidos y sus asesores durante el siglo XX. Para averiguarlo, analizó los procedimientos de toma de decisiones ante varios fracasos graves:

- *Pearl Harbor*: en las semanas anteriores al ataque de diciembre de 1941 que provocó la entrada de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, los comandantes militares en Hawái recibieron una oleada de informaciones acerca de los preparativos de Japón para un ataque contra Estados Unidos en algún punto del Pacífico. Entonces, los servicios de inteligencia militar perdieron contacto radial con los portaaviones japoneses, que habían empezado a avanzar en forma directa hacia Hawái. El reconocimiento aéreo pudo haber descubierto a los barcos o, cuando menos, proveer unos cuantos minutos de advertencia. Pero los comandantes autocomplacientes decidieron no tomar ese tipo de precauciones. ¿Cuál fue el resultado? No se emitió ninguna alerta hasta que el ataque estaba en marcha contra una base casi indefensa. Las pérdidas fueron de 18 barcos, 170 aviones y 2 400 vidas.
- *La invasión a Bahía de Cochinos*. En 1961, el presidente John Kennedy y sus asesores intentaron derrocar a Fidel Castro invadiendo a Cuba con 1 400 exiliados cubanos entrenados por la CIA. En poco tiempo mataron o capturaron a casi todos los invasores, humillaron a Estados Unidos y Cuba se alió de forma más estrecha con la antigua Unión Soviética. Después de enterarse del resultado, Kennedy se preguntó en voz alta: "¿Cómo es posible que hayamos sido tan estúpidos?".
- *La guerra de Vietnam*. De 1964 a 1967, el presidente Lyndon Johnson y su "grupo del almuerzo de los jueves", integrado por asesores de política, intensificaron la guerra en Vietnam con la suposición de que el bombardeo aéreo realizado por Estados Unidos, el uso de defoliantes y las misiones de búsqueda y destrucción obligarían a Vietnam a sentarse en conversaciones de paz con el agradecido apoyo del pueblo sudvietnamita. Prosiguieron con la escalada a pesar de las advertencias de los expertos en inteligencia del gobierno y de casi todos los aliados de Estados Unidos. El desastre resultante costó más de 58 000 vidas de estadounidenses y de un millón de vietnamitas, polarizó a los estadounidenses, le costó el puesto al presidente, y creó enormes déficits presupuestales que impulsaron la inflación durante el decenio de 1970.

pensamiento grupal
"Modo de pensamiento en el que participan las personas cuando la búsqueda de convergencia se vuelve tan dominante en un endogrupo cohesivo que tiende a dominar la evaluación realista de cursos alternativos de acción".
—Irving Janis, "Groupthink," 1971

Janis creía que esos errores garrafales se engendraron por la tendencia de los grupos que toman decisiones a suprimir la disensión en interés de la armonía del grupo, un fenómeno al que llamó **pensamiento grupal** (Véase "Detalles de la historia: Irving Janis habla sobre el pensamiento grupal"). En los grupos de trabajo, el espíritu de equipo es bueno para la moral y eleva la productividad (Mellers et al., 2014; Mullen y Copper, 1994). Una identidad grupal compartida motiva a la gente a persistir en un proyecto (Haslam et al., 2014). Pero cuando se toman decisiones, un grupo muy unido puede ser costoso. Janis creía que el suelo del cual brota el pensamiento grupal incluye:

- un grupo *cohesivo* amigable;
- *aislamiento* relativo del grupo respecto a los puntos de vista discrepantes; y
- un *líder directivo*, que indica cuáles decisiones favorece.

Incendio del *USS Arizona* después del ataque japonés a Pearl Harbor.
©National Archives and Records Administration (NLR-PHOCO-A-8150(29)

Por ejemplo, al planear su fatídica invasión a Bahía de Cochinos, el recién elegido presidente Kennedy y sus asesores gozaban de un fuerte espíritu de equipo. Los argumentos esenciales del plan se suprimieron o excluyeron, y en poco tiempo el presidente respaldó la invasión.

SÍNTOMAS DEL PENSAMIENTO GRUPAL

A partir de los registros históricos y de los recuerdos de participantes y observadores, Janis identificó ocho síntomas del pensamiento grupal. Los síntomas son una forma colectiva de reducción de la disonancia a medida que los miembros, al enfrentar una amenaza, intentan mantener su sentimiento grupal positivo (Turner y Pratkanis, 1994; Turner et al., 1992).

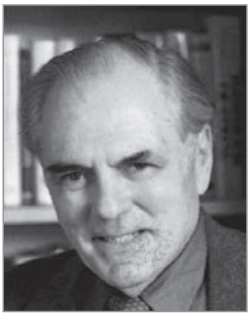
Los primeros dos síntomas del pensamiento grupal condujeron a los miembros a *sobreestimar el poderío y el derecho de su grupo*.

- *Una ilusión de invulnerabilidad*. Todos los grupos que Janis estudió desarrollaron un optimismo excesivo que los cegó

Detalles DE LA HISTORIA

Irving Janis habla sobre el pensamiento grupal

La idea del *pensamiento grupal* me vino a la mente mientras leía la descripción de Arthur Schlesinger acerca de la manera en que la administración de Kennedy decidió invadir Bahía de Cochinos. Al principio estaba confundido: ¿Cómo era posible que personas inteligentes y astutas como John F. Kennedy y sus asesores aceptaran el plan estúpido y fragmentario de la CIA? Empecé a preguntarme si había intervenido algún tipo de contagio psicológico, como la conformidad social o la búsqueda de coincidencias que había observado en los grupos pequeños cohesivos. Al estudiarlo de manera más profunda (auxiliado de inicio por la tarea de mi hija Charlotte para un trabajo de fin de cursos de su preparatoria) me convencí de que hubo procesos grupales sutiles que obstaculizaron la evaluación cuidadosa de los riesgos. Luego analicé otros fiascos de la política exterior de Estados Unidos y el encubrimiento de Watergate. Encontré la influencia de los mismos procesos grupales perjudiciales.



Irving Janis (1918-1990)
Cortesía de Irving Janis

ante las advertencias de peligro. Al informarle que sus fuerzas habían perdido contacto radial con los portaaviones japoneses, el almirante Kimmel, que era el oficial naval de mayor rango en Pearl Harbor, bromeó que quizá los japoneses estaban a punto de rodear la Cabeza de Diamante de Honolulu. En efecto lo estaban haciendo, pero el hecho de que Kimmel se burlara de la idea desestimó la posibilidad de que fuera cierto.

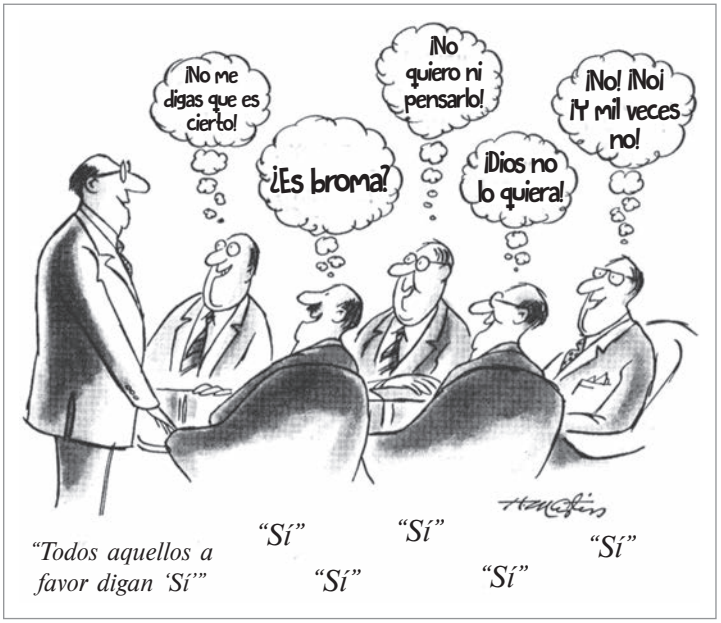
- *Creencia incuestionada sobre la moral del grupo*. Los miembros suponen la moralidad inherente de su grupo e ignoran asuntos éticos y morales. El grupo de Kennedy sabía que el asesor Arthur Schlesinger, Jr., y el senador William Fullbright tenían dudas morales acerca de invadir a un pequeño país vecino, pero el grupo nunca contempló ni discutió esos asuntos.

Los miembros del grupo también se vuelven *intolerantes*.

- *Racionalización*. El grupo hace a un lado las objeciones que justifican de forma colectiva sus decisiones. El grupo del almuerzo de los jueves del presidente Johnson pasaba más tiempo racionalizando (explicando y justificando), que reflexionando y repensando las decisiones anteriores de intensificar la guerra. Cada iniciativa se convertía en una acción a defender y justificar.
- *Visión estereotipada sobre el oponente*. Quienes piensan en grupo consideran que sus enemigos son demasiado malvados como para negociar con ellos, o demasiado débiles y poco inteligentes para defenderse contra la iniciativa planeada. El grupo de Kennedy se convenció de que los soldados de Castro eran demasiado débiles y que su apoyo popular era tan superficial que una sola brigada derrocaría de manera fácil a su régimen.

Por último, el grupo sufre de presiones a la *uniformidad*.

- *Presión hacia la conformidad*. El grupo rechazó a aquellos que plantearon dudas acerca de las suposiciones y planes del grupo, en ocasiones a través del sarcasmo personal. Una vez, cuando



La autocensura contribuye a una ilusión de unanimidad.
©Henry Martin. Derechos reservados. Utilizado con autorización

La gente "nunca está más próxima a resolver de forma correcta un asunto que cuando lo discute con libertad".

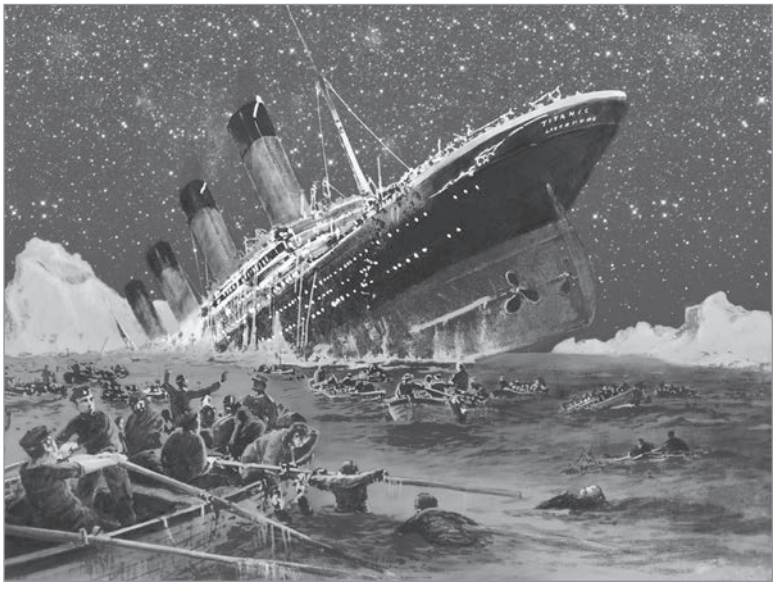
—John Stuart Mill, *Sobre la libertad,* 1859

Bill Moyers, el asistente de Johnson, llegó a una junta, el presidente se burló de él diciéndole: "Vaya, aquí viene el señor. Detengan el bombardeo". Enfrentada con esa ridiculización, la mayoría de la gente se alinea. Como con la holgazanería social y la desindividuación, el pensamiento grupal debilita el desempeño cuando el yo individual desaparece dentro de un grupo (Baumeister et al., 2016).

- *Autocensura*. Para evitar los desacuerdos desagradables, los miembros se abstienen de expresar sus dudas o las descartan. En los meses posteriores a la invasión de Bahía de Cochinos, Arthur Schlesinger (1965, p. 255) se reprochaba por "haberme callado durante esas discusiones cruciales en el salón del Gabinete, aunque mis sentimientos de culpa se aminoraron al saber que seguir objetando lograría poco, aparte de ganarme la fama de ser una molestia". No solo pasa con los políticos. Tanto en la internet como en persona, la gente está menos dispuesta a compartir sus perspectivas cuando piensan que los demás estarán en desacuerdo (Hampton et al., 2014).
- *Ilusión de unanimidad*. La autocensura y la presión para no romper el consenso crean una ilusión de unanimidad. Lo que es más, el consenso aparente confirma la decisión del grupo. Esta apariencia de consenso fue evidente en los fracasos de Pearl Harbor, Bahía de Cochinos y Vietnam, así como en otros que ocurrieron antes y después. Albert Speer (1971), un asesor de Adolfo Hitler, describió la atmósfera que rodeaba a Hitler como una presión al conformismo que sofocaba toda disidencia. La falta de discrepancia creó una ilusión de unanimidad:

  > En circunstancias normales, cuando la gente le da la espalda a la realidad, pronto recupera el buen sentido gracias a las burlas y críticas de quienes los rodean, lo cual los concientiza de que perdieron credibilidad. En el Tercer Reich no había tales correctivos... Ningún factor externo perturbaba la uniformidad de cientos de rostros inmutables, todos iguales al mío (p. 379).

- *Guardianes de la mente*. Algunos miembros protegen al grupo de información que pondría en duda la eficacia o la moral de sus decisiones. Antes de la invasión a Bahía de Cochinos, Robert Kennedy llamó aparte a Schlesinger y le dijo: "Ya no presiones". El secretario de Estado, Dean Rusk, ocultó las advertencias diplomáticas y de expertos de inteligencia que se oponían a la invasión. En consecuencia, fungieron como guardianes de la mente del presidente, protegiéndolo de los datos desagradables en lugar de protegerlo del daño físico.



Pensamiento grupal a escala titánica. A pesar de cuatro mensajes sobre la posible presencia de icebergs, el capitán Edward Smith, directivo y líder respetado, mantuvo la marcha del barco a toda velocidad hacia la oscuridad. Hubo una ilusión de invulnerabilidad (muchos creían imposible que el barco se hundiera). También hubo presión para la conformidad (los compañeros de la tripulación se burlaron del vigía por no ser capaz de ver a simple vista y descartaron sus dudas). Y también hubo guardianes de la mente (un operador del telégrafo del *Titanic* no transmitió la última y más completa advertencia de iceberg al capitán Smith).
©Everett Historical/Shutterstock

Los síntomas del pensamiento grupal pueden causar una incapacidad para buscar y discutir información contraria y posibilidades alternativas (**figura 8.11**). Cuando un líder promueve una idea y cuando un grupo se aísla de los puntos de vista contrarios, el pensamiento grupal puede producir decisiones erróneas (McCauley, 1989).

Los psicólogos británicos Ben Newell y David Lagnado (2003) creen que los síntomas del pensamiento grupal pueden haber contribuido también a la guerra de Irak. Ellos y otros afirman que tanto Saddam Hussein como George W. Bush se rodearon de asesores que pensaban como ellos y que acallaron las voces de la oposición a través de la intimidación. Lo que es más, cada uno de ellos recibió información filtrada que apoyaba en su mayoría sus suposiciones: la suposición expresada por Irak de que podían resistir a las fuerzas invasoras, y la suposición de Estados Unidos de que Irak tenía armas de destrucción masiva, que su pueblo daría la bienvenida a los soldados invasores como liberadores y que una ocupación breve y pacífica conduciría en poco tiempo a una democracia próspera.

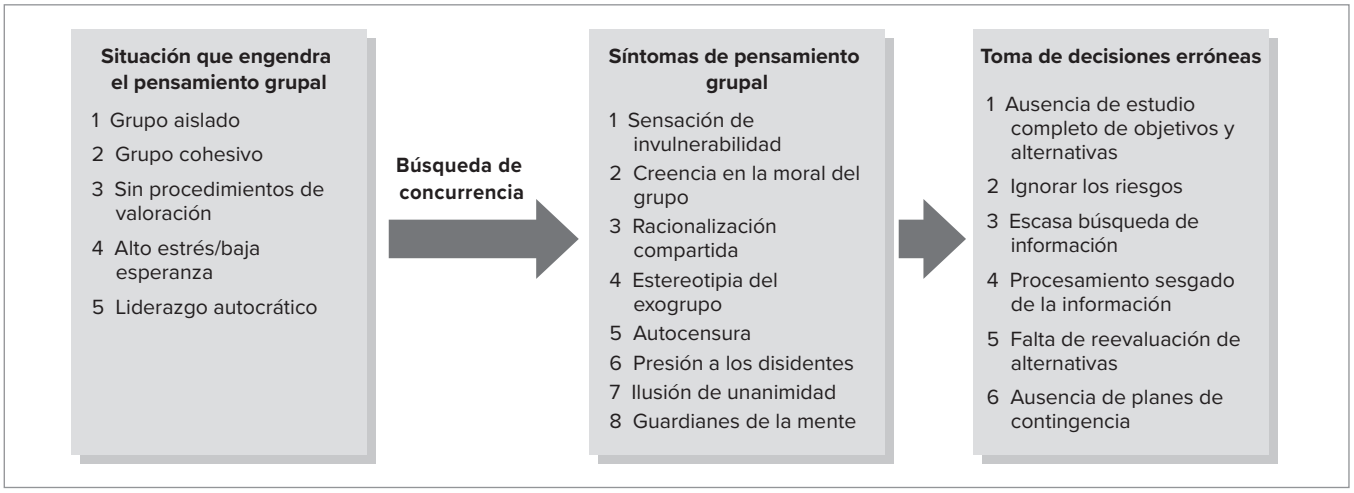


FIGURA 8.11
Análisis teórico del pensamiento grupal
Fuente: Adaptado de Janis y Mann, 1977, p. 132.

CRÍTICA DEL PENSAMIENTO GRUPAL

A pesar de la importancia y fama del concepto del pensamiento grupal, algunos investigadores han mostrado escepticismo (Fuller y Aldag, 1998; t´Hart, 1998). La evidencia era retrospectiva, de modo que Janis pudo elegir los casos que sustentaran su teoría. Sin embargo, los experimentos sí han confirmado aspectos de la teoría de Janis.

- El liderazgo directivo sí se asocia con decisiones más deficientes, porque a veces los subordinados se sienten demasiado débiles o inseguros para expresar su opinión (Granstrom y Stiwne, 1998; McCauley, 1998).
- Los grupos sí prefieren información de apoyo más que información contraria (Schultz-Hardt et al., 2000).
- Cuando los miembros buscan la aceptación, aprobación e identidad social por parte del grupo, es posible que repriman los pensamientos contrarios (Hogg y Hains, 1998; Turner y Pratkanis, 1997).
- Los grupos que toman decisiones inteligentes tienen una conversación que se distribuye en forma amplia, con miembros socialmente armónicos que toman turnos para hablar (Woolley et al., 2010).
- Los grupos con perspectivas diversas tienen un desempeño superior a los grupos de expertos que piensan de manera semejante (Nemeth y Ormiston, 2007; Page, 2007). Las personas interesantes que piensan de manera diferente de uno pueden hacernos sentirnos incómodos. Pero en comparación con los grupos más homogéneos, los grupos diversos tienden a producir más ideas y mayor creatividad.
- El éxito del grupo depende tanto de lo que saben los miembros como de qué tan eficaz pueden comunicar esa información (Bonner y Bauman, 2012). En la discusión, es frecuente que la información que no se comunica se suprima a medida que la conversación se enfoca en lo que los miembros del grupo ya saben (Sunstein y Hastie, 2008).

Sin embargo, no es necesario que las amistades engendren un pensamiento grupal (Esser, 1998; Mullen et al., 1994). En un grupo seguro y muy cohesivo (digamos, como una familia), es frecuente que los miembros comprometidos se preocupen lo suficiente como para emitir su desacuerdo (Packer, 2009). Las normas de un grupo cohesivo pueden favorecer el consenso, que puede conducir al pensamiento grupal, o el análisis crítico, que lo previene (Postmes et al., 2001). Cuando los colegas académicos en un departamento muy unido comparten sus borradores entre sí, *desean* recibir las críticas: "Haz lo que puedas por salvarme de mis propios errores". En una atmósfera independiente, la cohesión también puede mejorar el trabajo eficiente en equipo.

"La verdad nace de la discusión entre amigos".

—Atribuido al filósofo David Hume (1711-1776)

Es más, cuando Philip Tetlock y sus colaboradores (1992) examinaron una muestra más amplia de episodios históricos, quedó en evidencia que incluso los buenos procedimientos grupales a veces producen decisiones infortunadas. Cuando el presidente Carter y sus asesores planearon su humillante intento por rescatar a los rehenes estadounidenses en Irán en 1980, recibieron diferentes puntos de vista y consideraron de manera realista los peligros. Si no hubiera sido por los problemas

con el helicóptero, el rescate pudo haber tenido éxito (después, Carter reflexionó que si hubiera enviado un helicóptero adicional, lo hubieran reelegido). A veces, las buenas decisiones de grupo sufren malos resultados.

PREVENCIÓN DEL PENSAMIENTO GRUPAL

"Según mi interpretación de la historia, uno de los peligros de la Casa Blanca es que quedas atrapado en el pensamiento grupal y todo el mundo concuerda con todo y no existe discusión ni puntos de vista contrarios. Así que acogeré con gusto el debate enérgico dentro de la Casa Blanca".

—Barack Obama, conferencia de prensa del 1 de diciembre de 2008

La dinámica grupal defectuosa ayuda a explicar muchas decisiones fallidas: a veces es cierto que demasiados cocineros echan a perder la sopa. Sin embargo, si existe un liderazgo abierto, el espíritu de equipo de un grupo cohesivo puede mejorar las decisiones. A veces dos o más cabezas piensan mejor que una.

En la búsqueda de condiciones que engendren las buenas decisiones, Janis también analizó dos emprendimientos exitosos: la formulación del Plan Marshall por parte de la administración de Truman para lograr que Europa se recuperara después de la Segunda Guerra Mundial y el desafío exitoso de la administración de Kennedy en 1962 para impedir el intento de la Unión Soviética por instalar bases de misiles en Cuba. Las recomendaciones de Janis (1982) para prevenir el pensamiento grupal incorporan muchos de los procedimientos grupales eficientes que se utilizaron en ambos casos:

- *Sea imparcial*: no respalde ninguna postura. No empiece las discusiones de grupo pidiéndole a la gente que exprese su posición; hacerlo suprime la posibilidad de comunicar información y degrada la calidad de las decisiones (Mojzisch y Schulz-Hardt, 2010).
- *Aliente la evaluación crítica*: asigne a un "abogado del diablo". Mejor aún, agradezca los comentarios de un genuino disidente, lo cual es incluso mejor para estimular el pensamiento original y para abrir al grupo a los puntos de vista contrarios, según informan Charlan Nemeth y sus colaboradores (2001a,b).
- *Subdivida de forma ocasional al grupo* y luego reúnalo para ventilar las diferencias.
- *Agradezca las críticas* de expertos y socios externos.
- Antes de implementar, convoque a una reunión de "*segunda oportunidad*" para ventilar cualquier duda persistente.

Cuando se dan esos pasos, es posible que las decisiones tomen más tiempo, pero en última instancia resultan menos erróneas y más eficaces.

SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN GRUPO

Múltiples cabezas son mejores que una. No todas las decisiones de grupo son erróneas debido al pensamiento grupal. En entornos de trabajo, como salas de operación y salas ejecutivas de consejo, las decisiones en equipo superan a las decisiones individuales cuando la discusión valora las habilidades y conocimientos de cada persona y extrae la información diversa (Mesmer-Magnus y DeChurch, 2009).

¿No deberían escucharse algunas ideas? El pensamiento grupal sugiere que los grupos llegan a mejores decisiones cuando se alientan los desacuerdos en lugar de desalentarlos, lo cual es algo que debemos tener presente cuando discutimos los problemas del campus.
©Monkey Business Images/Shutterstock

Patrick Laughlin y John Adamopoulos (1980; Laughlin, 1996; Laughlin et al., 2003) mostraron la sabiduría de los grupos con diversas tareas intelectuales. Consideremos uno de sus problemas de analogías:

Afirmación es a *refutación* lo que *acción* es a

a. *obstaculizo*
b. *opuesto*
c. *ilegal*
d. *precipitación*
e. *ocio*

La mayoría de los estudiantes universitarios fallan en esta pregunta cuando responden de forma individual, pero la expresan en forma correcta (*ocio*) después de la discusión. Es más, Laughlin encontró que si solo dos miembros de un grupo de seis personas tienen la respuesta correcta al inicio, dos terceras partes del total de las veces convencen a todos los demás. Si solo una persona está en lo correcto, esta "minoría de uno" es

incapaz de convencer al grupo casi tres cuartas partes del total de las veces. Y cuando se les presentan problemas lógicos difíciles, tres, cuatro o cinco cabezas son mejores que una (Laughlin et al., 2006).

Los estudios sobre la precisión del testimonio ocular de un delito videograbado o de una entrevista de trabajo confirman que varias cabezas son mejores que una (Hinsz, 1990; Warnick y Sanders, 1980). Los grupos de testigos oculares que interactúan dan informes mucho más precisos que aquellos proporcionados por el individuo promedio. Dos cabezas son mejores que una aunque sea para simples juicios perceptuales hechos por personas de capacidad similar (Bahrami et al., 2010; Ernst, 2010). Cuando no están seguros de lo que vieron, los árbitros deportivos tienen la inteligencia de consultar antes de tomar la decisión.

Contrario a la creencia popular, las sesiones de lluvia de ideas con grupos no generan ideas mejores ni más creativas.
©wavebreakmedia/Shutterstock

Varias cabezas que se critican entre sí también pueden permitir que el grupo evite algunas formas de sesgo cognitivo y que produzcan ideas de mejor calidad (McGlynn et al., 1995; Wright et al., 1990). Gracias a las discusiones de los hermanos Wright surgió el primer aeroplano. De los incesantes debates entre Steve Jobs y Steve Wozniak nació la primera computadora Apple (Grant, 2017). En la ciencia, los beneficios de la colaboración entre mentes diversas han conducido a un aumento progresivo de la "ciencia en equipo": a una proporción cada vez mayor de publicaciones científicas, en especial las multicitadas, de equipos de varios autores (Cacioppo, 2007). Los equipos también superan a los individuos en la predicción de sucesos políticos mundiales (Mellers et al., 2014, 2015).

"El hierro afila al hierro, como una persona afila el buen sentido de otra".

—Proverbios 27:17

Límites de la lluvia de ideas. Pero, por el contrario de la creencia popular de que las lluvias de ideas frente a frente generan ideas más creativas que si las mismas personas trabajaran solas, los investigadores concuerdan en que no es cierto (Paulus et al., 1995, 2000, 2011; Stroebe y Diehl, 1994). Y por el contrario de la creencia popular de que las lluvias de ideas son más productivas cuando se aconseja a los participantes que no critiquen, alentar el debate estimula las ideas y amplía el pensamiento creativo más allá de la sesión de lluvia de ideas (Nemeth et al., 2004).

Las personas se *sienten* más productivas cuando generan ideas dentro de grupos (en parte porque la gente reclama un crédito desproporcionado por las ideas que surgen). Pero una y otra vez, los investigadores han encontrado que las personas que trabajan solas generarán en general *más* ideas buenas que esas mismas personas en un grupo (Nijstad et al., 2006; Rietzschel et al., 2006). Los grandes grupos de lluvia de ideas son en particular ineficientes. Es mejor pedirle a la gente que genere ideas de manera individual y que luego se estimulen en grupos pequeños (Paulus y Korde, 2014). De acuerdo con la teoría de la holgazanería social, los grupos grandes provocan que algunos individuos se conviertan en parásitos de los esfuerzos de otros. Causan que los demás sientan aprensión al expresar sus ideas excéntricas, además de un "bloqueo de la producción": olvidar la propia idea mientras se espera el turno de hablar (Nijstad y Stroebe, 2006).

Como demostraron James Watson y Francis Crick cuando descubrieron el ADN, las conversaciones entre dos personas pueden activar el pensamiento creativo. Después, Watson recordó que él y Crick se beneficiaron de *no* ser las personas más inteligentes que trataban de descifrar el código genético. La investigadora más brillante "era tan inteligente que rara vez buscaba consejo" (citado por Cialdini, 2005). Si usted es (y se considera) como la persona más dotada en sentido intelectual, ¿por qué buscaría los comentarios ajenos? Como Watson y Crick, los psicólogos Daniel Kahneman y el finado Amos Tversky colaboraron de manera similar en su exploración de la intuición y de su influencia en la toma de decisiones económicas. (Véase "Detalles de la historia: Detrás de un premio Nobel").

"Si quieres llegar rápido, ve solo. Si quieres llegar lejos, ve acompañado".

—Proverbio africano

Vincent Brown y Paul Paulus (2002) identificaron tres maneras de mejorar la lluvia de ideas en grupo:

- *Combine la lluvia de ideas en grupo y en solitario*. La lluvia de ideas en grupo es más productiva cuando precede a la lluvia de ideas individual. Con nuevas categorías originadas en el grupo, las ideas individuales pueden seguir fluyendo sin que las obstaculice el contexto grupal que permite que solo una persona hable a la vez. Los equipos creativos de trabajo también tienden a ser pequeños y a alternar el trabajo individual, el trabajo en parejas y las reuniones grupales (Paulus y Coskun, 2012).

Detalles DE LA HISTORIA

Detrás de un premio Nobel: dos mentes son mejores que una

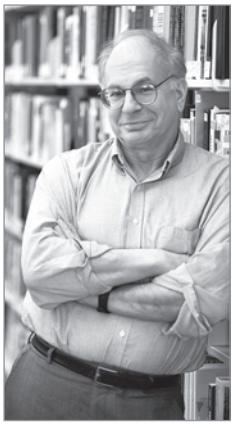
En la primavera de 1969, Amos Tversky, mi joven colega en la Universidad Hebrea de Jerusalén, y yo nos reunimos a comer y compartir nuestros propios errores recurrentes de juicio. A partir de allí nacieron nuestros estudios sobre la intuición humana.

Yo había disfrutado antes de la colaboración, pero esto fue mágico. Amos era muy inteligente y también muy divertido. Podía pasar horas trabajando de forma afanosa en constante alegría. Su trabajo siempre se caracterizó por la confianza y por una marcada elegancia, y fue un gusto descubrir que esas características también se habían agregado ahora a mis ideas. A medida que escribíamos nuestro primer artículo, adquirí conciencia de cuánto mejor era en comparación con el trabajo más dudoso que yo hubiera escrito por mí mismo.

Todas nuestras ideas nos pertenecían a ambos. Hicimos casi todo el trabajo de nuestros proyectos conjuntos mientras estábamos físicamente en el mismo lugar, incluso los borradores de los cuestionarios y artículos. Nuestro principio era discutir todos los desacuerdos hasta resolverlos a satisfacción de los dos.

Algunas de las alegrías más grandes de nuestra colaboración, y con probabilidad gran parte de su éxito, provino de nuestra capacidad para profundizar con base en las ideas iniciales del otro: si expresaba una idea a medio formar, sabía que Amos estaría allí para entenderla, tal vez con mayor claridad que yo, y que, si tenía mérito, él lo vería.

Amos y yo compartimos la maravilla de poseer a la par una gallina que podía poner huevos de oro: una mente conjunta que era mejor que nuestras mentes por separado. Éramos un equipo y seguimos de ese modo durante bastante más de una década. El premio Nobel se concedió para el trabajo que produjimos durante ese periodo de colaboración intensa.



Daniel Kahneman
Universidad de Princeton, ganador del Nobel 2002
Cortesía de Daniel Kahneman

- *Pida a los miembros que interactúen por escrito*. Otra forma de aprovechar la preparación previa del grupo, sin obstaculizarse por la regla de uno a la vez, es que los miembros escriban y lean, en lugar de hablar y escuchar. Es más, cuando los líderes instan a la gente a generar montones de ideas (en lugar de solo las ideas buenas), generan tanto más ideas *como* más ideas buenas (Paulus et al., 2011). Así que lo que sea que le venga a la mente, anótelo.
- *Incorpore la lluvia de ideas electrónica*. Esta es una manera en potencia más eficaz de evitar los congestionamientos de tránsito verbales de las lluvias de ideas tradicionales dentro de grupos grandes: permita que los individuos produzcan y lean las ideas en una red de computadoras.

De modo que cuando los miembros del grupo combinan en forma libre sus ideas creativas y conocimientos variados, el resultado frecuente no es el pensamiento grupal, sino la solución de problemas en grupo. La sabiduría de los grupos es evidente en la vida diaria al igual que en el laboratorio:

- *Pronóstico climático*. "Dos pronosticadores darán un pronóstico que es más preciso de lo que daría cualquiera de ellos si trabajara solo", informó Joel Myers (1997), presidente del servicio privado más grande de predicción del clima. En 2010, las predicciones de los científicos acerca del nivel mínimo del hielo marítimo ártico durante el verano iban de 2.5 millones a 5.6 millones de kilómetros cuadrados. La predicción promedio, 4.8 millones, casi es idéntica al resultado real (Wiltze, 2010).
- *Google*. Google se convirtió en el principal motor de búsqueda al aprovechar lo que James Surowiecki (2004) llama *La sabiduría de las multitudes*. Google interpreta un vínculo a la página X como un voto por la página X, y le da mayor peso a los vínculos provenientes de páginas que por sí mismas están mejor posicionadas.

- *La "multitud interior"*. Del mismo modo, el promedio de conjeturas diferentes de las mismas personas superan las conjeturas individuales (Herzog y Hertwig, 2009). Edward Vul y Harold Pashler (2008) descubrieron esto al pedirle a la gente que conjeturara las respuestas correctas a preguntas fácticas como "¿Qué porcentaje de aeropuertos de todo el mundo están en Estados Unidos?". Luego los investigadores pidieron a los participantes que respondieran una segunda vez, ya fuera de forma inmediata o tres semanas más tarde. ¿Cuál fue el resultado? "Puede lograr una mejoría de 10% al hacerse a sí mismo la misma pregunta en dos ocasiones de lo que ganaría con la segunda opinión de alguien más; pero si espera tres semanas, el beneficio de volverse a preguntar lo mismo se eleva a ⅓ del valor de una segunda opinión".
- *Mercados de pronósticos*. En las elecciones presidenciales desde 1988, las encuestas finales de opinión del público proporcionaban un buen indicador de los resultados de la elección. Sin embargo, un mejor método de predicción se encuentra a través de los mercados de apuestas para la elección. Al tomar en cuenta todos los elementos (incluyendo las encuestas de opinión), la gente compra y vende acciones para los candidatos.
- *Combinación de las predicciones de expertos*. En un estudio que se llevó a cabo en 2010, personas de todo el mundo estimaron las probabilidades de 199 sucesos, como el que el líder de Italia dejara su puesto antes del 1 de enero de 2012. Cuando se entrenó a los pronosticadores para que tomaran precauciones en cuanto a los sesgos cognitivos y compartieron información en los equipos, en especial equipos de élite de "superpronosticadores" anteriores, sus resultados fueron sobresalientes (Mellers et al., 2014; Mannes et al., 2014).

En conclusión, podemos decir que cuando se combina la información de muchas personas, todos en conjunto podemos volvernos más inteligentes que cualquiera de nosotros por separado. En cierto sentido somos como una bandada de gansos, ninguno de los cuales tiene un perfecto sentido de navegación. Sin embargo, al mantenerse juntos, un grupo de gansos puede viajar con precisión. La bandada es más inteligente que el ave.

EN RESUMEN: Pensamiento grupal: ¿los grupos obstaculizan o ayudan a las buenas decisiones?

- El análisis de diversos fracasos internacionales indica que la cohesión grupal puede anular la evaluación realista de una situación. Esto es en particular cierto cuando los miembros del grupo tienen un fuerte deseo de unidad, cuando se aíslan de las ideas contrarias, y cuando el líder indica qué es lo que quiere del grupo.
- Los síntomas de anteponer la preocupación por la armonía, que se conoce como *pensamiento grupal*, son (1) una ilusión de invulnerabilidad, (2) la racionalización, (3) la creencia incuestionable en la moral del grupo, (4) las perspectivas estereotipadas de la oposición, (5) la presión para la conformidad, (6) la autocensura de las dudas, (7) una ilusión de unanimidad y (8) los "guardianes de la mente" que protegen al grupo de la información desagradable. Los críticos señalan que algunos aspectos del modelo del pensamiento grupal de Janis (como el liderazgo directivo) parecen tener una mayor participación en las decisiones erróneas que otros (como la cohesión).
- Sin embargo, tanto en los experimentos como en los casos históricos reales, los grupos a veces deciden de manera sabia. Estos casos sugieren maneras de prevenir el pensamiento grupal: mantener la imparcialidad, instar posiciones de "abogado del diablo", subdividir y luego volver a reunir al grupo para discutir una decisión, buscar comentarios externos y tener una segunda reunión, antes de implementar una decisión.
- La investigación sobre la solución grupal de problemas sugiere que los grupos pueden ser más precisos que los individuos; los grupos también generan más y mejores ideas si el grupo es pequeño o si, estando en un grupo grande, se hacen lluvias de ideas individuales después de la sesión grupal.

LA INFLUENCIA DE LA MINORÍA: ¿CÓMO INFLUYEN LOS INDIVIDUOS EN EL GRUPO?

Explique cuándo y cómo los individuos influyen en sus grupos. Identifique los aspectos que hacen que los individuos sean eficaces.

Cada capítulo en esta unidad acerca de la influencia social concluye con un recordatorio de nuestro poder como individuos. Ya vimos que:

- las situaciones culturales nos moldean, pero también podemos ayudar a crear y elegir estas situaciones.
- a veces, las presiones para la conformidad superan nuestro mejor juicio, pero la presión explícita motiva la reactancia cuando afirmamos nuestra individualidad y libertad.
- las fuerzas persuasivas son poderosas, pero podemos resistirnos a la persuasión haciendo compromisos públicos y anticipando las peticiones persuasivas.

Nota: La "influencia de la minoría" se refiere a las opiniones minoritarias, no a las minorías étnicas.

Este capítulo resaltó las influencias grupales en el individuo, así que concluimos observando la manera en que los individuos pueden influir en sus grupos.

"Si un solo hombre se planta indómito en sus instintos y allí se sostiene, persuadirá al inmenso mundo".

—Ralph Waldo Emerson, *Nature, Address, and Lectures: The American Scholar,* 1849

En la película clásica *Doce hombres en pugna*, un jurado solitario gana al final contra otros once. En una sala de jurados esa es una ocurrencia muy poco común. Sin embargo, en la mayoría de los movimientos sociales, una pequeña minoría inclinará a la mayoría y a la larga se convertirá en ella. Ralph Waldo Emerson escribió: "Toda la historia es una crónica del poder de las minorías, y de las minorías de uno". Piense en Copérnico y Galileo, en Martin Luther King, Jr., Susan B. Anthony y Nelson Mandela. El movimiento de los derechos civiles en Estados Unidos inició por la negativa de Rosa Parks, una mujer afroestadounidense, a ceder el asiento en un autobús en Montgomery, Alabama. La historia de la tecnología también se basa en las minorías innovadoras. Cuando Robert Fulton desarrolló su barco a vapor, la "locura de Fulton", enfrentó burlas constantes: "Ni un solo comentario de aliento, ni un brillo de esperanza, ni un deseo amable cruzó por mi camino" (Cantril y Bumbstead, 1960). De hecho, si los puntos de vista minoritarios nunca triunfaran, la historia se mantendría estática y nada cambiaría jamás.

¿Qué hace que una minoría sea persuasiva? ¿Qué podría haber hecho Arthur Schlesinger para lograr que el grupo de Kennedy considerara sus dudas acerca de la invasión a Bahía de Cochinos? Los experimentos que inició Serge Moscovici en París identificaron varios determinantes de la influencia minoritaria: *consistencia*, *confianza en uno mismo* y *deserción*.

Durante cierto periodo, unas cuantas personas dentro de 3M fueron consistentes, confiadas en sí mismas y persistentes acerca de la utilidad del pegamento utilizado en las notas Post-it. Estos son tres factores que pueden influir a un grupo mayoritario.
©BananaStock

CONSISTENCIA

Una minoría que se aferra a su postura tiene mayor influencia que una minoría que duda. Moscovici y sus colaboradores (1969; Moscovici, 1985) encontraron que si una minoría de participantes juzga de forma consistente que diapositivas azules son verdes, los miembros de la mayoría coincidirán en ocasiones. Pero si la minoría duda, al decir "azul" para un tercio de las diapositivas azules y "verde" para el resto, casi nadie de la mayoría coincidirá en que son "verdes".

Los experimentos muestran, y la experiencia confirma, que la falta de conformidad, en especial aquella persistente, a menudo es dolorosa y que formar parte de una minoría en un grupo puede ser desagradable (Levine, 1989; Lücken y Simon, 2005). Eso ayuda a explicar un *efecto de lentitud de la minoría*: la tendencia de las personas con perspectivas minoritarias a expresar esos puntos de vista con menor rapidez que la gente que está en la mayoría (Bassili, 2003). Si se dispone a ser una minoría de uno, prepárese para enfrentar el ridículo, en especial cuando defiende un tema que es importante de manera personal para la mayoría y cuando el grupo quiere concluir con un asunto mediante el consenso (Kameda y Sugimori, 1993; Kruglanski y Webster, 1991; Trost et al., 1992).

Incluso cuando las personas dentro de la mayoría saben que el individuo que está en desacuerdo tiene la razón en un sentido fáctico o moral, es posible que de todos modos sientan desagrado por él si se niega a cambiar (Chan et al., 2010). Cuando Charlan Nemeth (1979, 2011) plantó una minoría de dos dentro de un jurado simulado y les indicó que se opusieran a las opiniones mayoritarias, hubo un desagrado inevitable hacia ambos. Sin embargo, la mayoría reconoció que la persistencia de los dos influyó más que ninguna otra cosa para que repensaran sus posturas. En comparación con la influencia mayoritaria que a menudo despierta el acuerdo irreflexivo, la influencia de la minoría estimula un procesamiento más profundo de los argumentos, con frecuencia con un aumento en la creatividad (Kenworthy et al., 2008; Martin et al., 2007, 2008). Es posible que las perspectivas minoritarias provoquen desagrado por usted, en especial si se encuentra en la periferia de un grupo, pero también pueden incrementar la innovación creativa (Rijnbout y McKimmie, 2012).

Algunas empresas exitosas han reconocido que las perspectivas minoritarias pueden alimentar la creatividad y la innovación. 3M, que tiene fama de valorar el respeto por la iniciativa individual, mira con buenos ojos que los empleados ocupen tiempo en ideas excéntricas. El adhesivo de las notas Post-it fue un intento fallido de Spencer Silver por desarrollar un adhesivo en extremo fuerte. Después de tener problemas para marcar con trozos de papel las páginas del himnario del coro de su iglesia, Art Fry pensó: "Lo que necesito es un marcalibros que tenga el adhesivo de Spence en la orilla". Esta fue una perspectiva minoritaria que a la larga hizo cambiar de opinión al escéptico departamento de marketing (Nemeth, 1997).

CONFIANZA EN UNO MISMO

La consistencia y la persistencia transmiten confianza en uno mismo. Lo que es más, Nemeth y Joel Wachtler (1974) informaron que cualquier comportamiento de la minoría que transmita confianza en uno mismo, por ejemplo, sentarse a la cabecera de la mesa, tiende a aumentar las dudas entre la mayoría. Al mostrarse firme y contundente, la aparente seguridad de la minoría en sí misma puede impulsar a la mayoría a reconsiderar su postura. Esto ocurre en particular en cuestiones de opinión ("¿De qué país debería importar Italia su petróleo crudo?"), en lugar de hechos ("¿De qué país importa Italia la mayoría de su crudo?") (Maass et al., 1996).

DESERCIONES DE LA MAYORÍA

Una minoría persistente rompe cualquier ilusión de unanimidad. Cuando una minoría cuestiona de manera consistente el pensamiento de la mayoría, los miembros de esta última se sienten en mayor libertad de expresar sus propias dudas e incluso pueden cambiar a la postura minoritaria. ¿Pero qué pasa con el desertor solitario, alguien que al principio estuvo de acuerdo con la mayoría, pero que luego reconsideró y discrepó? En la investigación con los estudiantes de la Universidad de Pittsburgh, John Levine (1989) encontró que una persona que desertó de la mayoría era incluso más persuasiva que una voz minoritaria consistente. Los experimentos de simulación de jurados de Nemeth encontraron que, de modo bastante similar al escenario de *Doce hombres en pugna*, una vez que empiezan las deserciones, es común que ocurran otras, iniciando un efecto de bola de nieve.

Existe una encantadora ironía en este nuevo hincapié en la manera en que los individuos pueden influir en el grupo. Hasta hace poco, la idea de que la minoría pudiera influir en la mayoría era, en sí misma, una perspectiva minoritaria en la psicología social. Sin embargo, a través de la argumentación consistente y contundente, Moscovici, Nemeth, Maass y otros convencieron a la mayoría de los investigadores de la influencia grupal de que la influencia minoritaria es un fenómeno que amerita estudio. Y la manera en que varios de estos investigadores de la influencia minoritaria se interesaron en ello fue algo que quizá no debería sorprendernos. Anne Maass (1998) se interesó en la forma en que las minorías pueden provocar el cambio social después de crecer en la Alemania de la posguerra y escuchar las historias personales de su abuela acerca del fascismo. Charlan Nemeth (1999) desarrolló su interés mientras estuvo como profesora visitante en Europa, "trabajando con Henri Tajfel y Serge Moscovici. Los tres éramos 'forasteros', ya que yo era una estadounidense católica romana en Europa y ellos eran judíos de Europa oriental que sobrevivieron a la Segunda Guerra Mundial. La sensibilidad hacia el valor y las luchas de la perspectiva minoritaria llegó a dominar nuestra labor".

¿EL LIDERAZGO ES INFLUENCIA DE LA MINORÍA?

liderazgo
El proceso a través del cual ciertos miembros motivan y guían al grupo.

liderazgo de tarea
Liderazgo que organiza el trabajo, establece los estándares y se enfoca en las metas.

liderazgo social
Liderazgo que fomenta el trabajo en equipo, media los conflictos y ofrece apoyo.

En 1910, los noruegos y los ingleses se enfrascaron en una carrera épica hacia el Polo Austral. Los noruegos, conducidos de forma eficiente por Roald Amundsen, fueron los que llegaron. Los ingleses, conducidos de manera ineficiente por Robert Falcon Scott, no lo lograron; Scott y sus tres compañeros murieron. Amundsen ilustra el poder del **liderazgo**, el proceso a través del cual los individuos movilizan y guían a los grupos.

Algunos de los líderes se nombran o eligen de manera formal, otros surgen de manera informal a medida que el grupo interactúa. El elemento que hace que el liderazgo sea bueno depende con frecuencia de la situación. La mejor persona para conducir al equipo de ingeniería quizá no sea la mejor líder de la fuerza de ventas. Algunos individuos son superiores en el **liderazgo de tarea**: organizar el trabajo, establecer los estándares y enfocarse en el logro de metas. Otros son superiores en el **liderazgo social**: para fomentar el trabajo en equipo, mediar los conflictos y prestar apoyo.

En general, los líderes *de tarea* tienen un estilo directivo y es posible trabajar bien con ellos si tienen la suficiente inteligencia como para dar buenas órdenes (Fiedler, 1987). Al ser individuos que se enfocan en las metas, tales líderes también pueden mantener enfocada la atención y el esfuerzo del grupo en su misión. Los experimentos muestran que la combinación de metas específicas y desafiantes, y los informes periódicos de progreso pueden ayudar a motivar altos logros (Locke y Latham, 1990, 2002, 2009). Los hombres con los rasgos asociados al liderazgo masculino ancestral, buena condición física, estatura y rostros varoniles (amplios), tienden a ser percibidos como líderes dominantes y a tener éxito como directores ejecutivos de empresas (Blaker et al., 2013; Wong et al., 2011).

Los líderes *sociales* por lo regular tienen un estilo democrático en el que se delega la autoridad, acepta los comentarios de los miembros del equipo y que, como hemos visto, ayuda a prevenir el pensamiento grupal. Los datos acumulados de 118 estudios revelan que las mujeres son mucho más igualitarias que los varones y se oponen más a las jerarquías sociales (Lee et al., 2011). Muchos experimentos revelan que el liderazgo social es bueno para la moral. En general, los miembros del grupo se sienten más satisfechos cuando participan en la toma de decisiones (Spector, 1986; Vanderslice et al., 1987). Si se les da control en sus tareas, los trabajadores también desarrollan mayor motivación de logro (Burger, 1987).

La teoría de la "gran persona" acerca del liderazgo, que alguna vez fue popular, de que todos los grandes líderes comparten ciertas características, quedó desacreditada. Ahora sabemos que los estilos de liderazgo eficaces se refieren menos al gran "yo" que al gran "nosotros". Los líderes eficaces representan, mejoran y defienden la identidad de un grupo (Haslam et al., 2010). El liderazgo eficaz también varía según la situación. Los subordinados que saben lo que están haciendo quizá resientan trabajar bajo un liderazgo de tarea, en tanto que aquellos que no lo saben con probabilidad lo agradezcan. Sin embargo, los psicólogos sociales se preguntaron de nuevo si podría

Enfoque

Liderazgo comunitario transformador

Como un ejemplo sorprendente del liderazgo transformador (consistente, confiado en sí mismo e inspirador), considere a Walt y Mildred Woodward. Durante la Segunda Guerra Mundial, y en las dos décadas posteriores, fueron dueños y editores del periódico de la Isla Bainbridge, en Washington. Desde esa isla, el 30 de marzo de 1942, salieron las primeras de casi 120 000 personas de origen japonés de la Costa Oeste para que los reubicaran en campos de internamiento. Con un aviso de seis días y resguardados por guardias armados, abordaron un transbordador y se los llevaron, dejando atrás un muelle lleno de llorosos amigos y vecinos (uno de los cuales era su agente de seguros y mi padre [DM]). "A pesar de su buena conducta desde el 7 de diciembre (día de Pearl Harbor), de sus derechos como ciudadanos, del reclutamiento de sus propios familiares para enlistarlos en nuestro ejército, y de la decencia estadounidense ¿cuál es la excusa para esta orden de evacuación tan arbitraria, tomada con demasiada premura?", comentaron los Woodward en un editorial de 1942 en su *Bainbridge Review*. A lo largo de la guerra, los Woodward, solos entre todos los editores de periódicos de la Costa Oeste, siguieron expresando su oposición al internamiento. También reclutaron a su ex empleado de medio tiempo, Paul Ohtaki, para que escribiera una columna semanal en la que daba noticia acerca de los isleños

encarcelados. Las historias de Ohtaki y de otros acerca de "El 'abuelo Koura' sufre pulmonía" y "Primer bebé de la isla nace en Manzanar" sirvieron como recuerdo de sus vecinos ausentes para aquellos que se quedaron, y prepararon el camino para cuando al fin regresaran a casa, lo cual contrastó con el prejuicio con el que se les recibió en otras comunidades de la Costa Oeste donde los diarios apoyaron el internamiento y fomentaron la hostilidad contra los japoneses.

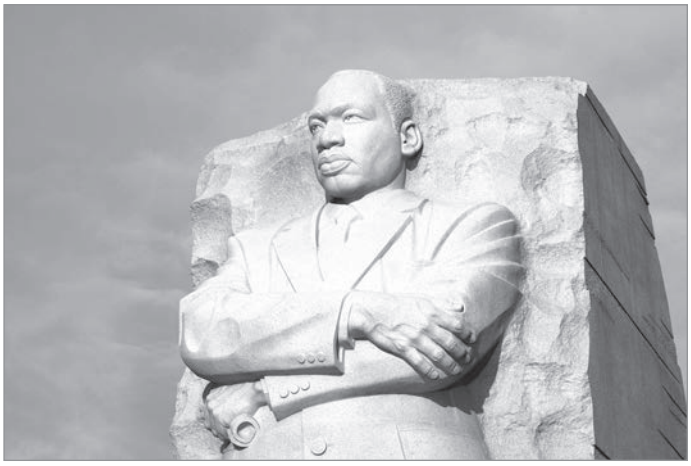
Después de soportar la mordaz oposición, los Woodward vivieron lo suficiente como para que se les reconociera su valor, que se dramatizó en el libro y en la película *Mientras nieva sobre los cedros*. El 30 de marzo de 2004, en la colocación de la primera piedra del memorial nacional sobre el sitio de donde salió el transbordador, el ex interno y presidente de la comunidad de japoneses estadounidenses de la Isla Bainbridge, Frank Kitamoto, declaró que "este memorial también es para Walt y Millie Woodward, para Ken Myers, para Genevive Williams... y para tantos otros que nos apoyaron" y que desafiaron el traslado forzoso a riesgo de que se les llamara apátridas. "Walt Woodward dijo que si podemos suspender la Carta de Derechos para los estadounidenses de origen japonés, también se puede suspender para los estadounidenses gordos o de ojos azules". Al reflexionar en el liderazgo transformador de los Woodward, el reportero principiante Ohtaki (1999) señaló que "en la Isla Bainbridge no hubo la hostilidad cuando regresaron los japoneses que se observó en otros sitios y creo que en gran medida se debe a los Woodward". Cuando después les preguntaba: "¿Por qué lo hicieron, cuando pudieron haberlo dejado y no sufrir la indignación de algunos de sus lectores?", ellos siempre le respondían: "Era lo correcto".

En marzo de 1942, 274 habitantes de la Isla Bainbridge se convirtieron en los primeros de 120 000 estadounidenses de origen japonés e inmigrantes japoneses internados durante la Segunda Guerra Mundial. Sesenta y dos años después, se colocó la primera piedra para un memorial nacional (*Nidoto Nai Yoni*, No permitan que pase de nuevo), como recuerdo de los prisioneros y de los líderes transformadores que los apoyaron y que prepararon su regreso a casa.
©Library of Congress/Corbis Historical/Getty Images

haber cualidades que señalen a un buen líder en muchas situaciones (Hogan et al., 1994). Los psicólogos sociales británicos Peter Smith y Monir Tayeb (1989) informan que algunos estudios hechos en India, Taiwán e Irán encontraron que los supervisores más eficaces en minas de carbón, bancos y oficinas de gobierno tuvieron altas puntuaciones en pruebas *tanto* de liderazgo de tarea *como* de liderazgo social. Se preocupan de manera activa de cómo progresa el trabajo *y* son sensibles a las necesidades de sus subordinados.

Los estudios también revelan que muchos líderes eficaces de grupos de laboratorio, equipos de trabajo y grandes corporaciones no solo evitan el pensamiento grupal al ver con agrado las perspectivas diversas, sino que también exhiben los comportamientos que ayudan a volver persuasivos los puntos de vista de la minoría. Tales líderes engendran confianza al *apegarse* de manera consistente a sus objetivos. Y a menudo exudan un carisma de *confianza en sí mismos* que despierta la alianza de sus seguidores (Bennis, 1984; House y Singh, 1987). Los líderes eficaces por lo común tienen una

La gestión participativa, que se ilustra en este "círculo de calidad", requiere líderes democráticos más que autocráticos.
©Yuri_Arcurs/E+/Getty Images



Liderazgo transformador: las personas carismáticas, vigorosas y confiadas en sí mismas cambian a veces a las organizaciones o sociedades al inspirar a los otros a adoptar su visión. Martin Luther King, Jr. fue este tipo de líder.
Fuente: Lei Yixin/U.S. National Park Service

visión convincente de la situación deseada, en especial en épocas de estrés colectivo (Halevy et al., 2011). También tienen una capacidad para *comunicar* esa visión a los demás en lenguaje claro y sencillo y el suficiente optimismo y fe en su grupo para inspirar a los otros a que los sigan. Los individuos socialmente dominantes e influyentes también parecen competentes (lo sean o no) porque actúan como si lo fueran: hablando mucho (Anderson y Kilduff, 2009).

En un análisis de 50 empresas holandesas, la moral más alta estaba en las organizaciones con directivos que inspiraban más a sus colegas "a trascender su interés personal en beneficio del colectivo" (De Hoogh et al., 2004). El liderazgo de este tipo, **liderazgo transformador**, motiva a los otros a identificarse y comprometerse con la misión del grupo. Los líderes transformadores, muchos de los cuales son extravertidos, carismáticos, vigorosos y confiados en sí mismos, articulan estándares elevados, inspiran a la gente a compartir su visión y ofrecen atención personal (Bono y Judge, 2004). En las organizaciones, los resultados frecuentes de ese tipo de liderazgo son una fuerza de trabajo más participativa, confiada y eficaz (Turner et al., 2002).

liderazgo transformador
Liderazgo que, facilitado por la visión e inspiración del líder, ejerce influencia significativa.

Pero con seguridad los grupos también influyen a sus líderes. A veces, aquellos al frente de la manada solo perciben hacia dónde se dirigen. Los candidatos políticos saben cómo interpretar las encuestas de opinión. Es más probable que se seleccione como líder a alguien que tipifica la perspectiva del grupo y es posible que se rechace como líder a alguien que se desvía de forma radical de las normas grupales (Hogg et al., 1998). En general, los líderes inteligentes permanecen con la mayoría y usan su influencia de manera prudente. En raras circunstancias, los rasgos correctos que se topan con la situación correcta llevan a la grandeza histórica, señala Dean Keith Simonton (1994). Para tener a un Winston Churchill, a un Thomas Jefferson, a un Abraham Lincoln o a un Martin Luther King, Jr., son necesarios la persona correcta en el lugar indicado y en el momento preciso. Cuando la combinación apropiada de inteligencia, habilidades, determinación, confianza en uno mismo y carisma social se encuentran con una oportunidad poco común, a veces el resultado es un campeonato, un premio Nobel o una revolución social.

EN RESUMEN: La influencia de la minoría: ¿cómo influyen los individuos en el grupo?

- Aunque es frecuente que prevalezca la opinión mayoritaria, a veces una minoría puede influir e incluso cambiar la posición de la mayoría. Incluso si la mayoría no adopta las perspectivas minoritarias, el hecho de que la minoría se exprese puede aumentar las dudas de la mayoría e impulsarla a que considere otras alternativas, conduciendo con frecuencia a decisiones mejores y más creativas.
- En los experimentos, una minoría tiene mayor influencia cuando es consistente y persistente en sus puntos de vista, cuando sus acciones transmiten confianza, y después empieza a provocar algunas deserciones de la mayoría. Tal influencia minoritaria puede facilitar la motivación creativa.
- A través de su *liderazgo de tarea y social*, los líderes formales e informales ejercen influencia desproporcionada. Aquellos que de manera consistente impulsan al logro de las metas y exudan un carisma y confianza en sí mismos con frecuencia engendran confianza e inspiran a los otros para que los sigan.

POSDATA:
¿Los grupos son malos para nosotros?

Debemos admitir que una lectura selectiva de este capítulo deja a los lectores con la impresión de que, en general, los grupos son malos. Los grupos nos provocan mayor activación, mayor estrés, mayor tensión, mayor propensión a los errores en tareas complejas. Sumergidos en un grupo que nos da anonimato, tendemos a holgazanear o a desatar nuestros peores impulsos a través de la desindividuación. La brutalidad policiaca, los linchamientos, la destrucción en pandilla y el terrorismo son fenómenos grupales. A menudo, la discusión en grupos polariza nuestros puntos de vista, aumentando el racismo o la hostilidad mutuos. También puede suprimir la disidencia, creando un pensamiento grupal homogéneo que conduce a decisiones desastrosas. No es sorpresivo que celebremos a esos individuos, minorías de uno, que, solos contra el grupo, han mantenido su postura a favor de la verdad y la justicia. Al parecer, los grupos son muy, pero muy malos.

Todo eso es verdad, pero solo es la mitad de la verdad. La otra mitad es que, como animales sociales, somos seres que habitan en grupos. Como nuestros ancestros del pasado, dependemos unos de otros para el sustento, el apoyo y la seguridad. Es más, cuando nuestras tendencias individuales son positivas, la interacción grupal acentúa lo mejor de nosotros. En los grupos, los corredores corren más rápido, los públicos ríen más y las personas dadivosas son más generosas. En los grupos de apoyo, la gente fortalece su resolución de dejar de beber, perder peso y estudiar más. En grupos de almas gemelas, la gente amplía su conciencia espiritual. “A veces, una comunidad devota en asuntos espirituales ayuda mucho a la salud del alma”, señalaba el clérigo del siglo XV, Tomás de Kempis, en especial cuando las personas de fe “se reúnen, hablan y comulgan juntas”.

Según la tendencia que magnifiquen o desinhiban, los grupos pueden ser muy, pero muy malos, o muy buenos. De modo que tenemos que elegir con inteligencia e intención los grupos a los que pertenecemos.

Prejuicio

CAPÍTULO 9

©Rena Schild/Shutterstock

Hemos explorado cómo es que *unos pensamos acerca de* (parte uno) y cómo *influimos* (parte dos) unos sobre los otros. En los capítulos que siguen, consideraremos la forma en que nos *relacionamos* unos con otros (parte tres). ¿Por qué a veces nos desagradamos e, incluso, nos odiamos unos a otros? ¿Por qué y cuándo es que herimos y somos heridos? ¿Por qué nos agradan ciertas personas y por qué amamos a otras? ¿Cuándo ofrecemos nuestra ayuda a amigos o desconocidos? ¿Cómo se crean los conflictos sociales y cómo pueden resolverse de manera justa y cordial?

El prejuicio se presenta en diversas formas: de nuestro propio grupo y hacia algún otro. Como veremos, los investigadores han explorado el prejuicio racial, de género y de orientación sexual, pero también los prejuicios que involucran:

- *Religión*. En el periodo posterior a los ataques del 11 de septiembre y de las guerras en contra de Irak y Afganistán, los estadounidenses con una fuerte identidad nacional expresaron más desdén por los inmigrantes árabes (Lyons et al., 2010). Si se les informa que el candidato a un trabajo es musulmán, muchos gerentes no se sentirán inclinados a contratarlo o a pagarle bien (Park et al., 2009). En Europa, la mayoría de personas no musulmanas han expresado

¿Cuál es la naturaleza y el poder del prejuicio?

¿Cuáles son las fuentes sociales del prejuicio?

¿Cuáles son las fuentes motivacionales del prejuicio?

¿Cuáles son las fuentes cognitivas del prejuicio?

¿Cuáles son las consecuencias del prejuicio?

Posdata: ¿Es posible reducir el prejuicio?

preocupación relacionada con el "extremismo islámico" y aumentó la perspectiva desfavorable hacia los musulmanes entre 2014 y 2016 (Pew, 2011; Wike et al., 2016).

- *Obesidad*. Ser gordo no es divertido. Un análisis de 2.2 millones de publicaciones en redes sociales que contenían las palabras "obeso" o "gordo" revelaron una andanada de humillaciones y agresiones: insultos, críticas y bromas despectivas (Chou et al., 2014). Cuando tratan de buscar el amor o un empleo, las personas con sobrepeso, en especial las mujeres blancas, se enfrentan a enormes dificultades. Las personas con sobrepeso se casan con menos frecuencia, obtienen empleos menos deseables y ganan menos dinero (Swami et al., 2008). De hecho, la discriminación por peso supera a la discriminación racial o de género, y sucede en cada nivel del proceso laboral: empleo, colocación, ascensos, compensación, permisos y despidos (Roehling, 2000). También es el origen de gran parte del acoso escolar (Brody, 2017; Reece, 2017).
- *Edad*. Las percepciones que la gente tiene de las personas mayores, como amables en general, pero frágiles, incompetentes e improductivas, predispone a una actitud condescendiente. Por ejemplo, hablarles a las personas mayores como si fueran bebés conduce a que se sientan menos competentes y actúen de maneras menos hábiles (Bugental y Hehman, 2007).
- *Inmigrantes*. Las investigaciones documentan el prejuicio antiinmigrante entre los alemanes hacia los turcos, los franceses hacia los norafricanos, los británicos hacia los antillanos y pakistaníes, y los estadounidenses hacia los inmigrantes latinoamericanos, en especial en contra de los inmigrantes ilegales (Murray y Marx, 2013; Pettigrew, 2006). En los años posteriores al aumento de refugiados en Europa, es menos probable que los europeos digan que la creciente diversidad étnica hace que sus países sean "un mejor lugar donde vivir", en comparación con los estadounidenses (Drake y Poushter, 2016).
- *Política*. Los liberales y los conservadores no se agradan y, en ocasiones, se detestan a grados casi equivalentes (Crawford et al., 2017). También muestran cantidades casi idénticas de sesgo hacia el lado contrario (Ditto et al., 2018). Al procesar la información política, cada lado acepta más la que sustenta sus puntos de vista.

¿CUÁL ES LA NATURALEZA Y EL PODER DEL PREJUICIO?

Comprenda la naturaleza del prejuicio y las diferencias entre prejuicio, estereotipos y discriminación.

Prejuicio, estereotipos, discriminación, racismo, sexismo; los términos con frecuencia se confunden. Aclarémoslos.

prejuicio
Juicio negativo preconcebido acerca de un grupo y de sus miembros individuales.

estereotipo
Creencia acerca de los atributos personales de un grupo de personas. En ocasiones, los estereotipos son generalizaciones excesivas, imprecisas y resistentes a la información novedosa (y, en ocasiones, precisa).

DEFINICIÓN DE PREJUICIO

Cada una de las situaciones que se describieron antes involucraba una evaluación negativa de algún grupo de personas. Y esa es la esencia del **prejuicio**; un juicio negativo preconcebido acerca de un grupo y de sus miembros individuales (algunas definiciones de prejuicio incluyen los juicios *positivos*, pero casi todos los usos del término "prejuicio" se refieren a aquellos que son *negativos*).

El prejuicio es una actitud: una combinación de sentimientos, inclinaciones a actuar y creencias. Se puede recordar con facilidad si pensamos en los tres elementos esenciales de las actitudes: *afecto* (sentimientos), tendencia a la *conducta* (inclinación a actuar) y *cognición* (creencias). Una persona prejuiciosa podrá *sentir desagrado* por aquellos que son diferentes a ella y *comportarse* de formas discriminatorias contra ellos al *creer* que son ignorantes y peligrosos.

Las valoraciones negativas que caracterizan al prejuicio a menudo se ven sustentadas por creencias sociales que se denominan **estereotipos**. Estereotipar es generalizar: los británicos son reservados; los estadounidenses son dinámicos. A las mujeres les fascinan los niños; los hombres adoran los deportes. Los profesores son distraídos. Las personas mayores son frágiles.

Tales generalizaciones pueden ser verdaderas en mayor o en menor grado (y no siempre son negativas). *Es cierto* que las personas mayores *suelen ser* frágiles en términos generales. Las personas pueden estereotipar a los asiáticos como buenos para las matemáticas y a personas de ascendencia africana como atletas maravillosos (Kay et al., 2013). A menudo, estos estereotipos surgen a partir de los roles ocupacionales que vemos representar a las personas (Koenig y Eagly, 2014). En efecto, los hombres negros *tienen* 40 veces más probabilidades de ser jugadores de basquetbol en la NBA que los hombres blancos (Stephens-Davidowitz, 2017).

¿Qué estereotipos podrían tener estas personas acerca de sus compañeros? Incluso si tales estereotipos resultan ser algo precisos para un grupo en su totalidad, es frecuente que no lo sean para los individuos en particular.
©Adam Hester/Blend Images

Así, los estereotipos pueden ser precisos (y pueden reflejar una sensibilidad a la diversidad). Las personas perciben que los australianos tienen una cultura más desenfadada que los británicos; y es cierto que utilizan muchas más malas palabras en sus millones de publicaciones en Facebook (Kramer y Chung, 2011). Estereotipar a los británicos como más preocupados con la puntualidad que los mexicanos es comprender qué esperar y cómo llevarse con otras personas de cada cultura. "La precisión domina los sesgos", señala Lee Jussim (2012, 2017). "El vaso de la percepción social (de personas que juzgan a otras) está lleno en cerca de 90%".

El problema con 10% de los estereotipos surge cuando se *sobregeneralizan* o cuando están sencillamente errados, como cuando liberales y conservadores sobreestiman las posturas extremistas del otro o cuando las personas suponen que los hombres negros son más altos y musculosos y, por ende, en potencia más peligrosos que los hombres blancos de talla similar (Graham et al., 2012; Wilson et al., 2017). Suponer que la mayoría de las personas que se benefician de los servicios de bienestar social de Estados Unidos son negras es hacer una sobregeneralización, ya que no es así. Suponer que las personas solteras son menos escrupulosas y más neuróticas que las que tienen pareja, como lo hizo un estudio alemán, es incorrecto porque en realidad no es así (Greitemeyer, 2009c). Suponer que las personas discapacitadas son incompetentes y asexuales, como afirmaron investigadores de Oregón en otro estudio, es una tergiversación de la realidad (Nario-Redmond, 2010). Estigmatizar a las personas obesas como lentas, perezosas e indisciplinadas es incorrecto (Puhl y Heuer, 2009, 2010). Presuponer que los musulmanes son terroristas, que los sacerdotes son pedófilos y que los cristianos evangélicos detestan a los homosexuales es hacer una sobregeneralización de lo peor que existe dentro de cada uno de esos grupos. Y es, en especial, cuando tenemos puntos de vista arraigados acerca de las diferencias grupales, como si decimos que las mujeres tienen habilidades empáticas superiores para leerles la mente a los demás, que nuestras creencias terminan siendo una exageración de la realidad (Eyal y Epley, 2017).

El *prejuicio* es una *actitud* negativa; la **discriminación** se refiere a *comportamientos* negativos. La conducta discriminatoria con frecuencia tiene sus orígenes en las actitudes prejuiciosas (Dovidio et al., 1996; Wagner et al., 2008). Lo anterior se evidenció cuando algunos investigadores analizaron las respuestas a 1 115 correos electrónicos redactados de manera idéntica que se enviaron a caseros angelinos para solicitar información de departamentos en renta. Se recibieron respuestas alentadoras a 89% de los correos firmados como "Patrick McDougall", a 66% con la de "Said Al-Rahman" y a 56% con la de "Tyrell Jackson" (Carpusor y Loges, 2006). Cuando 4 859 legisladores estatales de Estados Unidos recibieron correos electrónicos poco antes de las elecciones de 2008 preguntándoles el proceso para registrarse para votar, "Jake Mueller" recibió más respuestas que "DeShawn Jackson" (Butler y Broockman, 2011). Del mismo modo, estudiantes israelíes judíos parecieron menos propensos a alertar al remitente de un correo electrónico enviado de forma incorrecta que provenía de una persona con nombre y domicilio árabe ("Muhammed Yunis de Ashdod") que de uno proveniente de alguien de su propio grupo ("Yoav Marom de Tel Aviv") (Tykocinski y Bareket-Bojmel, 2009).

Por lo general, los psicólogos resaltan los términos blanco y negro para mostrar que son etiquetas raciales que se aplican en la sociedad, no etiquetas literales de color para personas afrodescendientes y eurodescendientes.

Estereotipos familiares: "El cielo es un lugar con casas estadounidenses, comida china, policías británicos, autos alemanes y arte francés. El infierno es un lugar con casas japonesas, policías chinos, comida británica, arte alemán y autos franceses".

—Anónimo, como lo informó Yueh-Ting Lee, 1996

discriminación
Comportamiento negativo injustificado hacia un grupo o sus miembros.

©2009 Creators Syndicate, Inc.

racismo
(1) Las actitudes prejuiciosas y comportamiento discriminatorio de un individuo hacia una persona de una raza determinada, o (2) las prácticas institucionales (incluso si no están motivadas por el prejuicio) que subordinan a las personas de una raza dada.

sexismo
(1) Las actitudes prejuiciosas y comportamiento discriminatorio de un individuo hacia una persona de un sexo determinado, o (2) las prácticas institucionales (incluso si no están motivadas por el prejuicio) que subordinan a las personas de un sexo dado.

"Aunque nuestras mentes [conscientes] estén donde deben estar y en verdad pensemos que no somos prejuiciosos, a nuestros corazones les falta un trecho por recorrer".

—John Dovidio, investigador del prejuicio, *Time,* 2009

No obstante, actitudes y comportamiento con frecuencia se relacionan de manera poco estrecha. Las actitudes prejuiciosas no generarán por necesidad actos hostiles ni toda la opresión proviene del prejuicio. El **racismo** y el **sexismo** son prácticas institucionales que discriminan, incluso cuando no hay intención prejuiciosa. Puede haber racismo sin racistas y sexismo sin sexistas. Considere: si las prácticas de contratación de boca en boca de negocios con solo empleados blancos tuvieran el efecto de excluir a empleados potenciales no blancos, la práctica se denominaría racismo; incluso si el empleador no hubiera tenido la intención de discriminar. Mucha discriminación refleja daños no deliberados; tan solo es favoritismo hacia personas que se parecen a nosotros (Greenwald y Pettigrew, 2014). Y quizá eso explique la razón por la que 1 000 películas populares recientes (las 100 principales de cada año desde 2007 hasta 2016) hayan tenido una directora mujer por cada 24 directores hombres (Smith et al., 2017).

Considere lo siguiente: los anuncios de vacantes de empleos dominados por varones contienen palabras asociadas con estereotipos masculinos ("Somos una dominante empresa de ingeniería en busca de individuos que puedan desempeñarse en un ambiente muy competitivo"). Y los anuncios para vacantes de empleos dominados por mujeres exhiben lo contrario ("Buscamos individuos que puedan ser sensibles a las necesidades de nuestros clientes y que puedan desarrollar relaciones cálidas con ellos"). El resultado de este tipo de anuncio puede ser el sexismo institucional. Sin pretender ningún tipo de prejuicio, el fraseo sesgado ayudará a sustentar la inequidad de género (Gaucher et al., 2011).

PREJUICIO: IMPLÍCITO Y EXPLÍCITO

El prejuicio ilustra nuestro sistema de *actitud dual*. Como lo han mostrado cientos de estudios que utilizan el Test de Asociación Implícita (IAT) podemos tener actitudes explícitas (conscientes) e implícitas (inconscientes) distintas hacia un mismo objetivo (Benaji y Greenwald, 2013). Como se explicó en el capítulo 4, la prueba, que a partir del 2018 se ha respondido más de 20 millones de veces, evalúa la cognición implícita; lo que usted sabe sin saber que lo sabe. Lo hace mediante la medición de la velocidad de las asociaciones de las personas. De modo similar a la forma en que asociamos un martillo más rápido con un clavo que con una cubeta, así la prueba puede medir la rapidez con la que asociamos la palabra "blanco" con "bueno" y "negro" con "bueno". Así, muchas personas retienen, desde su infancia, un temor o desagrado habitual e involuntario hacia personas por las que en la actualidad expresan respeto y admiración. Aunque las actitudes explícitas pueden cambiar de manera drástica mediante la educación, las actitudes implícitas pueden perdurar, cambiando solo a medida que formamos nuevos hábitos a través de la práctica (Kawakami et al., 2000).

Los críticos sostienen que el Test de Asociación Implícita (IAT) no predice el comportamiento del modo lo bastante adecuado como para evaluar o clasificar individuos (Blanton et al., 2006, 2009, 2015; Oswald et al., 2013, 2015). Quizá el poder predictivo modesto de la prueba solo refleje asociaciones culturales comunes, de manera muy similar a su asociación más rápida de pan con mantequilla, a diferencia de pan con zanahorias, que no revela un prejuicio en contra de las verduras.

La prueba es más adecuada para las investigaciones que han mostrado, por ejemplo, que los sesgos implícitos son moderadamente predictivos de conductas que van desde actos de amistad a evaluaciones laborales. En las elecciones presidenciales del 2008 en Estados Unidos, los prejuicios tanto implícito como explícito predijeron el apoyo de los votantes por Barack Obama y su elección llevó, a su vez, a cierta reducción del prejuicio implícito (Bernstein et al., 2010; Columb y Plant, 2016; Goldman, 2012; Payne et al., 2010). Y, al igual que en las elecciones, incluso un pequeño efecto en el prejuicio implícito puede, a lo largo del tiempo y con diferentes personas, acumularse para crear un gran efecto social (Greenwald et al., 2015). Así, aunque el IAT, como la mayoría de las mediciones psicológicas, solo predice los actos individuales en forma moderada, anticipa los resultados promedio de mejor manera. Por ejemplo, las áreas metropolitanas con mayores puntuaciones de sesgo implícito también han tenido mayores diferencias raciales en tiroteos policiacos (Heyman et al., 2018).

Una variedad de experimentos adicionales convergen para señalar una de las lecciones importantes de la psicología social: *las evaluaciones prejuiciosas y estereotípicas pueden suceder al margen de la conciencia de las personas*. Algunos de estos estudios muestran con brevedad palabras o rostros que exponen (activan de modo involuntario) estereotipos de algún grupo racial, de género o de cierta edad. Sin que estén al tanto de ello, los estereotipos activados de los participantes pueden sesgar su comportamiento posterior. Por ejemplo, después de exponerles imágenes asociadas con afroestadounidenses, pueden reaccionar en forma más hostil a las peticiones (intencionalmente) molestas de un experimentador.

Al tener presente esta distinción entre el prejuicio explícito y consciente y el implícito inconsciente, examinemos tres formas comunes de prejuicio: el racial, el de género y el LGBT (contra personas lesbianas, gays, bisexuales y transgénero). En cada caso, primero examinaremos el prejuicio explícito, que es el predictor más importante (aunque no el único) de los actos de discriminación.

PREJUICIO RACIAL

En un contexto mundial, cada raza es una minoría. Por ejemplo, los blancos no hispanos representan una quinta parte de la población del mundo y representarán apenas una octava parte antes de que pase otro medio siglo. Gracias a la movilidad y la migración a lo largo de los últimos dos siglos, en la actualidad las razas del mundo se entremezclan en relaciones que a veces son hostiles y otras, cordiales.

Para un biólogo molecular, el color de piel es una característica humana trivial, controlada por una diferencia genética diminuta. Y no solo eso: la naturaleza no agrupa a las razas en categorías nítidamente diferenciadas. Son las personas, no la naturaleza, quienes indican que Barack Obama (hijo de una mujer blanca y un hombre negro) y que la duquesa de Sussex, Megan Markle (hija de una mujer negra y un hombre blanco) son negros (para aquellas personas que se han visto expuestas sobre todo a rostros negros, es un poco más probable que clasifiquen a las personas de raza mestiza como "blancas" [Lewis, 2016]).

¿Está desapareciendo el prejuicio racial?

Las actitudes prejuiciosas explícitas pueden cambiar con gran celeridad.

- En 1942, la mayoría de los estadounidenses coincidía con que "debe haber secciones separadas para personas de color en tranvías y autobuses" (Hyman y Sheatsley, 1956). En la actualidad, la mera pregunta resultaría estrafalaria ya que el prejuicio así de abierto casi ha desaparecido.
- En 1942, menos de un tercio de todos los blancos de Estados Unidos (y solo uno de cada 50 blancos sureños) apoyaba la integración escolar; para 1980, el apoyo a esta medida era de 90%.
- "No hay problema con que personas negras y blancas salgan en citas", coincidió 48% de estadounidenses en 1987 y 86% en 2012 (Pew, 2012). El matrimonio entre personas blancas y de color recibió la aprobación de 4% de los estadounidenses en 1958 y de 87% de estos en 2013 (Newport, 2013).

Si consideramos el breve periodo histórico que ha transcurrido en los años desde 1942, o incluso desde que se practicaba la esclavitud, los cambios han sido drásticos. En la Gran Bretaña, el prejuicio racial franco, como se expresaba por medio de la oposición a los matrimonios interraciales o a tener un jefe perteneciente a una minoría étnica, se ha desplomado de manera similar, en especial entre los adultos jóvenes (Ford, 2008).

Las actitudes de los afroestadounidenses también se han transformado desde el decenio de 1940, cuando Kenneth Clark y Mamie Clark (1947) demostraron que muchos afrodescendientes tenían prejuicios en contra de su propia raza. En 1954, al tomar la decisión histórica de declarar que las escuelas segregadas resultaban anticonstitucionales, a la Suprema Corte le pareció significativo que cuando los Clark les daban a los niños afrodescendientes una elección entre muñecas blancas y negras, la mayoría elegía a las muñecas blancas. En estudios desde la década de 1950 y hasta el decenio de 1970, los niños negros tuvieron cada vez mayores probabilidades de elegir muñecas negras. Y los afroestadounidenses adultos al final expresaron que negros y blancos eran similares en rasgos tales como inteligencia, pereza y confiabilidad (Jackman y Senter, 1981; Smedley y

En 1962, se desataron disturbios cuando el afroestadounidense James Meredith asistió a la Universidad de Mississippi después de ganar un fallo en tribunales. Se convirtió en el primer graduado negro de dicha institución en agosto de 1963.
Fuente: Library of Congress Prints and Photographs Division [LC-DIG-ppmsca-04292]

Bayton, 1978). Pero incluso ya entrado el siglo XXI, al mostrarles imágenes de niños y al pedirles que señalaran cuál preferirían, niños sudafricanos negros dentro de una escuela multirracial indicaron que preferían a los niños blancos (Shutts et al., 2011).

Así entonces, ¿podemos concluir que el prejuicio racial está acercándose al momento de su extinción en países tales como Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá? No, si tomamos en cuenta la creciente proporción de estadounidenses que consideran que el racismo es un problema grave: de 28% en 2009 a 50% en 2015 (Drake, 2016). No, si consideramos el aumento reciente en incidentes de crímenes de odio: 6 121 durante 2016 (FBI, 2017). No, si pensamos en el 4% de estadounidenses blancos que, como lo muestra la **figura 9.1**, no votaría por un candidato presidencial negro y quienes, sin duda, se encuentran entre el 31% que concuerda con que ese país necesita "proteger y preservar su herencia europea blanca" (Reuters, 2017). No, si reflexionamos en el 6% de apoyo adicional que es probable que Obama hubiera recibido en 2008, según un análisis estadístico de las actitudes políticas y raciales de los votantes, si no hubiese existido el prejuicio racial de algunos blancos (Fournier y Tompson, 2008). Y menos aún si consideramos que las personas tienden a declarar menos sus propios sentimientos y estereotipos negativos (Bergsieker et al., 2012).

"El sesgo explícito es infrecuente; el sesgo implícito es omnipresente".

—Mahzarin Banaji y Anthony Greenwald, *Blindspot: Hidden Biases of Good People,* 2013

Entonces, ¿qué tan grande ha sido el progreso hacia la igualdad racial? En Estados Unidos, los blancos tienden a contrastar el presente con el pasado opresivo, por lo que perciben un progreso rápido y radical. Los negros tienden a contrastar el presente con un mundo igualitario y justo, que aún no se ha logrado, y perciben un progreso más lento (Eibach y Ehrlinger, 2006).

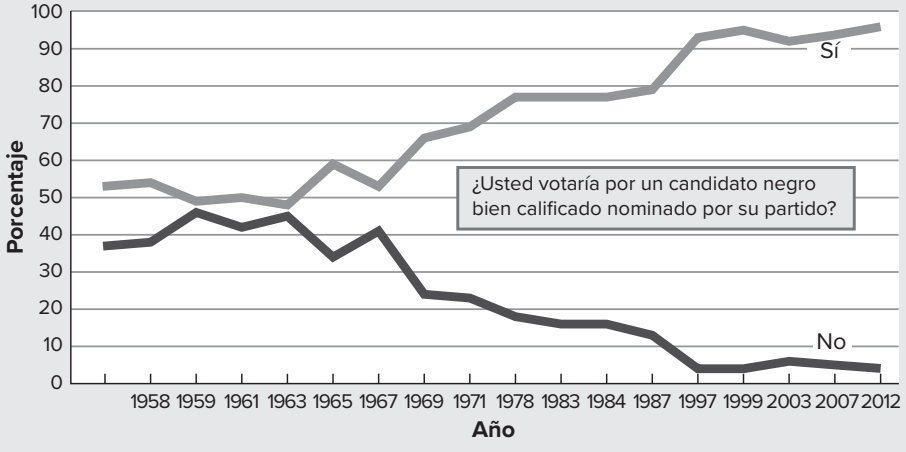


FIGURA 9.1

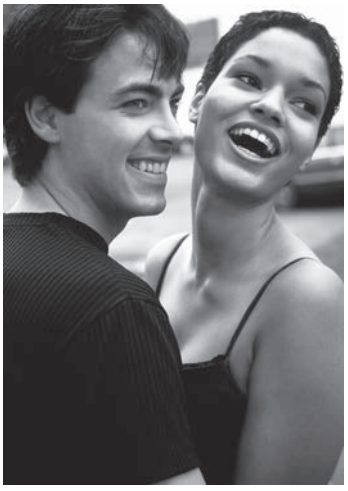
Cambio en actitudes raciales entre estadounidenses blancos de 1958 a 2012

El abrazo fantasmal de Lincoln a Barack Obama hizo visible el mantra de Obama: "El cambio en el que podemos creer". Dos días después, el presidente se irguió sobre los escalones construidos por las manos de esclavos, colocó su mano sobre la Biblia que por última vez había utilizado Lincoln en su propia toma de posesión y pronunció "una promesa sagrada" en un lugar donde, "hace menos de 60 años, quizá no habrían atendido a mi padre en un restaurante local".
Fuente: datos *de* Gallup Polls (brain.gallup.com). (photo): ©Charles Dharapak/AP Images

Prejuicio racial sutil

A pesar de la animadversión persistente, el problema de mayor peso en la actualidad no es el prejuicio abierto y consciente. La mayoría de las personas están a favor de la igualdad racial y detestan la discriminación. Sin embargo, tres de cada cuatro personas que contestan el Test de Asociación Implícita muestran una tendencia involuntaria e inconsciente a asociar a las personas blancas con palabras favorables, más que a las negras (Banaji y Greenwald, 2013). El prejuicio moderno también aparece de manera sutil en nuestras preferencias por aquello que nos es familiar, semejante y cómodo (Dovidio et al., 1992; Esses et al., 1993a; Gaertner y Dovidio, 2005).

Las actitudes prejuiciosas y el comportamiento discriminatorio salen a la superficie cuando pueden ocultarse detrás de la cortina de un motivo adicional. En Australia, Gran Bretaña, Francia, Alemania y Holanda, el prejuicio franco se ha visto reemplazado por el prejuicio sutil (la exageración de las diferencias étnicas, sentir menor admiración y afecto por minorías inmigrantes, rechazo a estas por razones supuestamente no raciales) (Pedersen y Walker, 1997; Tropp y Pettigrew, 2005a). Algunos investigadores llaman a este prejuicio sutil "racismo moderno" o "racismo cultural".



Aunque el prejuicio es lo que muere al último en los contactos sociales íntimos, el matrimonio interracial ha aumentado en la mayoría de los países y, en la actualidad, 87% de los estadounidenses aprueban el matrimonio entre personas negras y blancas; un incremento notable a partir del 4% que aprobaba lo mismo en 1958 (Newport, 2013).
©Design Pics/Darren Greenwood

También podemos encontrar el sesgo en diferentes *comportamientos*:

- *Discriminación laboral*. Investigadores de MIT enviaron 5 000 currículos en respuesta a 1 300 anuncios para trabajos diversos (Bertrand y Mullainathan, 2004). Los solicitantes a los que de manera aleatoria se les asignaron nombres blancos (Emily, Greg) recibieron una respuesta por cada 10 currículos enviados; los que recibieron nombres negros (Lakisha, Jamal) recibieron una respuesta por cada 15 currículos enviados. Como si hubiese estado al tanto de estos resultados, Barack Obama les recordó a los estadounidenses que debían "estar atentos al impulso sutil de hablarle a Johnny para una entrevista, pero no hacerlo con Jamal".
- *Favoritismo generalizado*. Experimentos similares han encontrado
  - que los anfitriones de Airbnb tienen menos probabilidades de aceptar solicitudes de huéspedes potenciales con nombres de origen africano (Edelman et al., 2017).
  - tiempos de espera mayores en Uber y en Lyft, así como más cancelaciones de pasajeros con nombres negros (Ge et al., 2016) y
  - menos de la mitad de la disposición por parte de conductores de autobuses en Australia a aceptar que ingresen a la unidad personas de piel oscura que no tienen saldo en sus tarjetas de transporte (Mujcic y Frijters, 2014).
- *Controles viales*. En un análisis, los afroestadounidenses y estadounidenses de origen latino tuvieron cuatro veces mayores probabilidades que los blancos de que se les cateara, dos veces más posibilidades de que se les arrestara y tres veces mayores de que se les esposara y sometiera a un uso excesivo de la fuerza (Lichtblau, 2005). Otro análisis encontró que los negros tenían mayores probabilidades que los blancos de que se les detuviera y agarrara físicamente o de que se les tirara al piso durante encuentros con la policía (Fryer, 2016). Y en un análisis de las grabaciones de cámaras corporales de 918 detenciones de tránsito de rutina de la policía de Oakland, los oficiales de todas las razas mostraron menos respeto por los conductores negros que por los conductores blancos (Voigt et al., 2017).
- *Condescendencia*. El prejuicio moderno incluso aparece en la forma de una sensibilidad racial que conduce a reacciones desmedidas hacia personas pertenecientes a minorías aisladas; exagerando al elogiar sus logros y al criticar sus errores y no advirtiéndoles a los estudiantes negros, del mismo modo en que lo harían con los estudiantes blancos, acerca de potenciales dificultades académicas (Crosby y Monin, 2007; Fiske, 1989; Hart y Morry, 1997; Hass et al., 1991). En la Universidad de Stanford, Kent Harber (1998) les dio un ensayo mal escrito a corregir a estudiantes blancos. Cuando los estudiantes pensaron que el estudiante era negro, lo calificaron *más alto* que cuando se les hizo pensar que el autor era blanco, y en raras ocasiones ofrecieron críticas duras. Los evaluadores, quizás esperando evitar la apariencia de un sesgo, trataron a los autores negros de manera condescendiente al utilizar estándares inferiores. Tal "exageración del elogio e insuficiencia de críticas" puede obstaculizar el aprovechamiento de los estudiantes minoritarios, destacó Harber. En una investigación de seguimiento, Harber y sus colaboradores (2010) encontra-

"Si no podemos evitar nuestros sesgos latentes, lo que sí podemos evitar es nuestro comportamiento a tales reacciones instintivas, razón por la cual nos esforzamos por diseñar sistemas y procesos que superen esa parte muy humana al interior de todos nosotros".

—James B. Comey, director del FBI, *Hard Truths: Law Enforcement and Race,* 2015

ron que los blancos preocupados por parecer discriminadores no solo evaluaron y comentaron de manera más favorable los ensayos que atribuyeron a estudiantes negros, sino que también recomendaron menos tiempo para el desarrollo de habilidades. Para proteger su propia autoimagen no prejuiciosa, hicieron hasta lo imposible por dar una realimentación positiva y carente de desafíos.

Prejuicio racial involuntario

Al enfrentarlas a estímulos neutros, algunas personas aprenden a hacer asociaciones positivas con mayor velocidad (y asociaciones negativas con menor rapidez). Tales personas tienden a exhibir una menor cantidad de sesgos raciales implícitos (Livingston y Drwecki, 2007).

"...no soy yo capaz de abarcar por completo lo que soy. También son dignas de llorarse estas tinieblas en que a veces se me oculta el poder que hay en mí...".

—San Agustín, *Confesiones*, 398 d. C.

¿El prejuicio involuntario (implícito) tiene la misma importancia que el explícito? Los críticos señalan que las *asociaciones* inconscientes quizá solo indiquen suposiciones culturales, quizá carentes de *prejuicio* (que implica sentimientos y tendencias conductuales negativas). O quizá las respuestas reflejas de las personas se deban a la familiaridad o a verdaderas diferencias raciales (Tetlock, 2007). Pero algunos estudios han encontrado que el sesgo implícito puede colarse en el comportamiento. En el caso de aquellas personas que exhiben prejuicios implícitos en el IAT, al tomarse más tiempo para identificar palabras positivas como *paz* y *paraíso* como "buenas" cuando se asocian con rostros negros en lugar de blancos, se ha observado que también juzgan a solicitantes laborales blancos de manera más favorable, recomiendan mejores tratamientos a pacientes blancos en salas de urgencias que para pacientes negros y son más veloces en percibir enojo en caras negras (Green et al., 2007; Hugenberg y Bodenhausen, 2003; Rooth, 2007).

En algunas situaciones, el prejuicio involuntario implícito puede tener consecuencias de vida o muerte. En experimentos separados, Joshua Correll y sus colaboradores (2002, 2007, 2015; Sadler et al., 2012), así como Anthony Greenwald y colaboradores (2003), invitaron a personas a presionar botones con velocidad para "disparar" o "no disparar" a hombres que aparecían de modo súbito en pantalla ya fuera con un arma de fuego o con un objeto inocuo como una linterna o una botella. Los participantes (tanto negros como blancos en algunos estudios) percibieron el objeto de manera errónea y equivocadamente dispararon en contra de personas negras inofensivas con mayor frecuencia (simulaciones computarizadas de seguimiento revelaron que eran los sospechosos negros *varones* —no las mujeres, fueran blancas o negras— quienes tenían mayores probabilidades de manifestarse como amenazantes y de recibir un disparo [Plant et al., 2011]).

Otros estudios han encontrado que al presentar a personas con rostros negros, en lugar de blancos, las personas piensan en forma involuntaria en las armas de fuego: las reconocen con mayor frecuencia y es más común que confundan una herramienta, como una llave inglesa, con un arma (Judd et al., 2004; Payne, 2001, 2006). Incluso en los casos en que la raza no sesga la *percepción*, es posible que sesgue la reacción; las personas requieren de menos evidencia antes de disparar (Klauer y Voss, 2008).

Cuando las personas están fatigadas o cuando se sienten amenazadas por un mundo peligroso, es todavía más probable que disparen en contra de una persona de origen minoritario (Ma et al., 2013; Miller et al., 2012). La actividad cerebral de la amígdala, la región que se asocia con el temor y la agresión, facilita este tipo de respuesta involuntaria (Eberhardt, 2005; Harris y Fiske, 2006). Estos estudios ayudan a explicar por qué, en 1999, oficiales de policía dispararon 41 veces en contra de Amadou Diallo (inmigrante negro que vivía en la ciudad de Nueva York) cuando trató de sacar su cartera de un bolsillo. La buena noticia es que la capacitación en sesgos implícitos ahora forma parte de la educación policiaca moderna y que, al capacitarse para superar la influencia de los estereotipos, los policías están menos influidos racialmente que la mayoría de las personas al decidir cuándo disparar (Correll et al., 2014).

Prejuicio involuntario. Cuando Joshua Correll y colaboradores invitaron a las personas a reaccionar con rapidez a otras que sostenían una pistola o un objeto inocuo, la raza influyó en sus percepciones y en sus reacciones.
©Pawel Radomski/Shutterstock

Estos estudios del sesgo implícito han ingresado en el terreno de la política. Después del asesinato policiaco de un afroestadounidense desarmado que tuvo un desperfecto con su automóvil, la candidata a la presidencia, Hillary Clinton, declaró: "Tenemos que hacer todo lo posible para... enfrentarnos de manera directa al sesgo implícito" (20 de septiembre, 2016). El candidato republicano a la vicepresidencia, Mike Pence, no coincidió: "Ya basta de buscar cualquier oportunidad para criticar a las fuerzas de procuración de justicia por medio de acusaciones de sesgos implícitos cada vez que sucede alguna tragedia" (4 de octubre, 2016).

Incluso los científicos sociales que estudian el prejuicio parecen vulnerables al prejuicio involuntario, señalan Anthony Greenwald y Eric Schuh (1994). Analizaron los sesgos en las citas que los autores hacían de artículos de ciencias sociales escritos por personas con nombres no judíos (Erickson, McBride, etc.) o nombres judíos (Goldstein, Siegel, etc.). Su análisis de casi 30 000 citas, incluidas 17 000 citas en investigaciones relacionadas con el prejuicio, encontró algo notable: en comparación con autores judíos, los autores no judíos tuvieron 40% más probabilidades de citar nombres no judíos (Greenwald y Schuh no pudieron determinar si los autores judíos estaban citando con más frecuencia a sus colegas judíos o si los autores no judíos estaban citando excesivamente a sus colegas no judíos, o si estaban sucediendo ambos fenómenos a la vez).

"Quizá no nos demos cuenta de ello, pero todos estamos afectados por sesgos inconscientes".

—Sheryl Sandberg, directora general de operaciones de Facebook, publicación en su página de Facebook, 16 de junio, 2017.

PREJUICIO DE GÉNERO

¿Qué tan generalizado se encuentra el prejuicio en contra de las mujeres? Ya en otro capítulo examinamos las normas de roles de género: las ideas de las personas acerca de cómo *deberían* comportarse hombres y mujeres. A continuación, analizaremos los *estereotipos* de género: las creencias de las personas acerca de cómo es que hombres y mujeres se comportan *en realidad*. Las normas son *prescriptivas*; los estereotipos son *descriptivos*.

Los talleres de capacitación en diversidad de Google intentan educar a las personas acerca de los sesgos implícitos que han descubierto los psicólogos sociales a fin de limitarlos (Manjoo, 2014).

Estereotipos de género

A partir de las investigaciones sobre estereotipos, hay dos conclusiones indiscutibles; existen poderosos estereotipos de género y, como sucede con tanta frecuencia, los miembros del grupo estereotipado los aceptan. Tanto hombres como mujeres coinciden en que *sí* es posible juzgar un libro por su portada de género. En una encuesta de Pew del 2017, 87% de los estadounidenses coincidieron en que hombres y mujeres son "esencialmente diferentes" en la manera en que "expresan sus sentimientos" (Parker et al., 2017).

Recuerde que los estereotipos son generalizaciones de un grupo de personas y que pueden o no estar en lo correcto, ser erróneos o ser una exageración que se basa en un grano de verdad. En otro capítulo señalamos que el hombre y la mujer promedio sí difieren algo en cuanto a relaciones sociales, empatía, poder social, agresividad e iniciativa sexual (aunque no en inteligencia). ¿De allí podemos concluir que los estereotipos de género son acertados? Hay ocasiones en que los estereotipos exageran las diferencias. Pero no siempre, observó Janet Swim (1994). Encontró que los estereotipos de los estudiantes de la Universidad Estatal de Pensilvania en relación con la inquietud, sensibilidad no verbal, agresividad y demás entre hombres y mujeres eran una aproximación razonable de las verdaderas diferencias entre ambos géneros.

Los estereotipos de género han persistido a lo largo del tiempo y de las culturas. Al paso de las décadas, al tiempo en que los estadounidenses han brindado mayor apoyo a los papeles laborales equitativos para hombres y mujeres, han perdurado sus creencias en cuanto a los rasgos distintos entre hombres y mujeres (Donnelly et al., 2016; Haines et al., 2016). Al promediar los datos provenientes de 27 países, John Williams y colaboradores (1999, 2000), encontraron que las personas

"Todos los intereses de los hombres son también los intereses de las mujeres, y en todos ellos, las mujeres son tan solo hombres imperfectos".

—Platón, *La república*, 360 a. C.

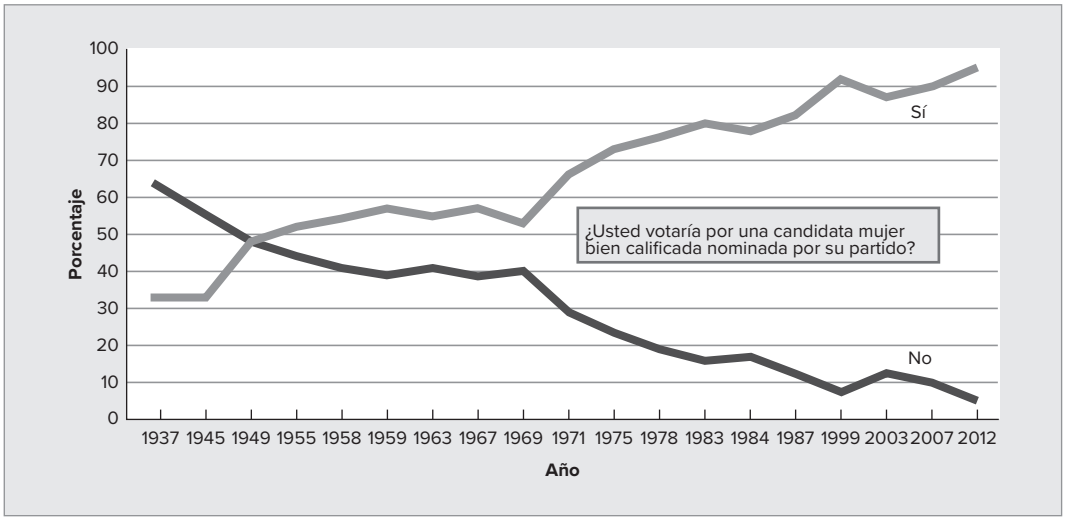


FIGURA 9.2
Cambio en las actitudes de género de 1958 a 2012
Fuente: datos *de* Gallup Polls.

de todo el mundo perciben a las mujeres como más agradables y a los hombres como más extravertidos. La persistencia y omnipresencia de los estereotipos han llevado a algunos psicólogos evolutivos a creer que reflejan una realidad innata y estable (Lueptow et al., 1995).

Los estereotipos (creencias) no son prejuicios (actitudes), pero es posible que los estereotipos sustenten el prejuicio. Sin embargo, podría creerse, sin prejuicio alguno, que hombres y mujeres son "diferentes, pero iguales". Veamos, entonces, la manera en que los investigadores hacen indagaciones en busca del prejuicio de género.

"Las mujeres son maravillosas sobre todo porque se les [percibe como] enormemente agradables. [A los hombres] se les señala como superiores a las mujeres en atributos activos [competitivos, dominantes] que se considera que equipan a las personas para el éxito en el trabajo remunerado, en especial dentro de ocupaciones dominadas por los hombres".

—Alice Eagly, *Are People Prejudiced Against Women?*, 1994

Sexismo: benevolente y hostil

A juzgar por lo que las personas les indican a los investigadores de encuestas, las actitudes hacia las mujeres han cambiado con la misma velocidad que las actitudes raciales. Como lo indica la **figura 9.2**, el porcentaje de estadounidenses dispuestos a votar por una candidata presidencial mujer se asemeja en términos generales al aumento del porcentaje de aquellos dispuestos a votar por un candidato negro. En 1967, 67% de estudiantes universitarios estadounidenses de primer año estuvieron de acuerdo con que "lo mejor es que las actividades de las mujeres casadas se limiten al hogar y a su familia"; para el 2002, solo 22% estaba de acuerdo con lo mismo (Sax et al., 2002). De allí en adelante, ya no pareció que valía la pena plantear la pregunta familia-hogar.

Alice Eagly y sus colaboradores (1991), al igual que Geoffrey Haddock y Mark Zanna (1994), también informaron que las personas no responden a las mujeres con las mismas emociones negativas viscerales con las que responden a otros grupos. Para la mayoría de las personas, las mujeres *son más agradables* que los hombres. Perciben a las mujeres como más comprensivas, amables y serviciales. Eagly (1994) llamó a este estereotipo *favorable* el *efecto de las mujeres son maravillosas.*

Pero es frecuente que las actitudes de género sean ambivalentes, informaron Peter Glick, Susan Fiske y colaboradores (1996, 2007, 2011) a partir de sus encuestas de 15 000 personas de 19 naciones. Las actitudes de género con frecuencia mezclan un *sexismo benevolente* ("Las mujeres tienen una sensibilidad moral superior") con el *sexismo hostil* ("Una vez que un hombre se compromete, su mujer lo tratará de controlar"). Además, en un estudio de 57 naciones, las creencias sexistas hostiles ("En términos generales, los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres") predijeron un aumento en la futura inequidad de género (Brandt, 2011). En Estados Unidos, el sexismo negativo abiertamente hostil predijo la votación en contra de Hillary Clinton, la primera candidata a la presidencia postulada por uno de los dos partidos de mayor importancia (Bock et al., 2017). El sexismo benevolente, aunque parece positivo ("Las mujeres merecen protección") pueden seguir impidiendo la igualdad de géneros al desalentar que se contrate a las mujeres en ocupaciones que por tradición son dominadas por hombres (Hideg y Ferris, 2016).

Discriminación de género

Ser hombre no es estar en un lecho de rosas. En comparación con las mujeres, los varones tienen tres veces mayores probabilidades de suicidarse o de ser víctimas de un homicidio. Forman parte de casi la totalidad de las fatalidades de la guerra y de la pena de muerte. Mueren cinco años antes. Y los varones son mayoría en cuanto a discapacidades intelectuales o autismo, como también lo son en programas de educación especial (Baumeister, 2007; Brunner et al., 2013; S. Pinker, 2008).

Pero un hallazgo publicitario de sesgo al parecer promasculino provino de un estudio de 1968 en el que se dio a estudiantes mujeres varios artículos cortos y se les pidió que juzgaran el valor de cada uno. En ocasiones, alguno de los artículos se atribuía a un autor masculino (por ejemplo, John T. McKay) y en otras se adjudicaba a una autora mujer (por ejemplo, Joan T. McKay). En términos generales, los artículos recibieron valoraciones inferiores si se atribuían a una mujer. Así es: las mujeres discriminaron en contra de las mujeres.

Ansioso por demostrar la sutil realidad de la discriminación de género, en 1980, yo [DM] conseguí los materiales del estudio de 1968 y repetí el mismo experimento con mis propios estudiantes. Ellos (tanto mujeres como hombres) no mostraron la misma tendencia a desestimar el trabajo de las mujeres. De modo que Janet Swim, Eugene Borgida, Geoffrey Maruyama y yo (1989) realizamos una búsqueda en la literatura y entablamos correspondencia con los investigadores a fin de aprender lo más que pudiéramos acerca de los estudios de sesgos de género en la evaluación del trabajo de hombres y mujeres. Para nuestra enorme sorpresa, los sesgos que surgieron de manera ocasional fueron igual de frecuentes en contra de hombres y en contra de mujeres. Pero el resultado más común entre los 104 estudios que implicaron a más de 20 000 personas fue que

no hubo diferencia alguna. En la mayoría de las comparaciones, los juicios sobre el trabajo de alguien más no se vieron afectados en lo absoluto si se atribuía a una mujer o a un hombre. Al hacer un resumen de otros estudios de las valoraciones de personas de las mujeres y de los hombres como líderes, profesores y demás, Alice Eagly (1994) concluyó: "Los experimentos *no* han demostrado la existencia de una tendencia *general* a la devaluación del trabajo de las mujeres". Además, como informaron Stephen Ceci y Wendy Williams (2015), en las ciencias académicas, cinco estudios nacionales revelaron que "el cuerpo docente prefiere a las candidatas mujeres para trabajos por encima de los candidatos varones con credenciales idénticas".

Entonces, ¿acaso es que el sesgo de género está desapareciendo de los países occidentales? ¿El movimiento feminista está a punto de cumplir con su labor?

El sesgo sigue existiendo, aunque a veces de forma más sutil. Si se violan los estereotipos de género, puede haber represalias. Las personas toman nota de las mujeres que fuman puros y de los hombres que lloran (Phelan y Rudman, 2010). Una mujer a quien se considera ambiciosa de poder sufrirá más repercusiones por parte de los votantes que un hombre al que se perciba como igual de ambicioso (Okimoto y Brescoll, 2010).

En el mundo no occidental, la discriminación de género es menos sutil. Aunque 86% de los europeos afirman que "es *muy* importante que las mujeres tengan los mismos derechos que los hombres" solo concuerda con esto 48% de los oriundos de Medio Oriente (Zainulbhai, 2016). Las mujeres representan dos tercios de la población analfabeta (ONU, 2015). Y, en el mundo, alrededor de 30% de las mujeres han sufrido de violencia a manos de sus parejas sentimentales (Devries et al., 2013). Tales tendencias son probables en especial entre hombres que cosifican a las mujeres asociándolas de manera implícita a animales u objetos (Rudman y Mescher, 2012). Las etiquetas que en ocasiones se utilizan para las mujeres, como "dulzura", "bebita" y "pollita", no solo infantilizan sino que se centran en alimentos y animales.

Pero existe la posibilidad de que la máxima violencia en contra de las mujeres suceda antes de su nacimiento. Alrededor del mundo, las personas prefieren tener hijos varones. En Estados Unidos, en 1941, 38% de los padres que esperaban tener hijos indicaron que preferirían tener un varón si solo pudieran tener un solo hijo; 24% deseó tener a una niña; y 23% afirmó no tener predilección. En 2011, estas respuestas siguieron prácticamente inalteradas con 40% manifestando todavía su preferencia por un niño (Newport, 2011).

Con el uso generalizado de la ecografía para determinar el sexo del feto y la creciente disponibilidad de abortos, hay algunos países en los que dichas preferencias están afectando el número de niños y niñas. Con 108 varones por cada 100 niñas, India cuenta con 63 millones de mujeres desaparecidas (Subramanian, 2018; Naciones Unidas, 2017). China, donde 95% de los niños huérfanos son niñas, tiene 106 varones por cada 100 mujeres. Los 32 millones de mujeres desaparecidas de China han creado un exceso de 32 millones de varones de menos de 20 años de edad: los solteros del mañana a quienes se les dificultará encontrar pareja (Hvistendahl, 2009, 2010, 2011; Zhu et al., 2009). Esta carencia de mujeres también contribuye al aumento en la violencia, crímenes, prostitución y tráfico de mujeres (Brooks, 2012). En respuesta a lo anterior, China ha determinado que los abortos selectivos de sexo sean un delito. Y, en Corea del Sur, que también lleva años experimentando un déficit en el nacimiento de niñas, la proporción de sexos en niños ha regresado a la normalidad (Gupta, 2017).

Datos agregados a partir de búsquedas en Google revelan que las esperanzas de los padres para con sus hijos tampoco son neutrales en términos de género (Stephens-Davidowitz, 2014). Al parecer, muchos padres parecen ansiosos de tener hijos inteligentes e hijas delgadas y bellas; y a percibir a sus padres e hijos como más inteligentes que sus madres e hijas (Furnham, 2016). Usted mismo puede verificar estos datos de búsqueda. En Google, busque las siguientes preguntas, (entrecomilladas) y observe el número de resultados:

- "¿Mi hija es inteligente?".
- "¿Mi hijo es inteligente?".
- "¿Mi hijo es gordo?".
- "¿Mi hija es gorda?"

Para finalizar, el prejuicio franco en contra de las personas de color y en contra de las mujeres es mucho menos común en la actualidad de lo que era a mediados del siglo XX. Sin embargo, las técnicas que son sensibles al prejuicio sutil siguen encontrando un sesgo generalizado. Y todavía hay partes del mundo en donde el prejuicio de género representa una enorme infelicidad.

A pesar de su rápida disminución, el prejuicio en contra de los homosexuales sigue persistiendo; en algunas culturas mucho más que en otras.
©phototravelua/Shutterstock

PREJUICIO LGBT

La mayoría de las personas gays y lesbianas del mundo no pueden revelar de manera cómoda quiénes son y a quién aman (Katz-Wise y Hyde, 2012; Naciones Unidas, 2011). En muchos países, las relaciones entre personas del mismo sexo son un delito. Pero existen variaciones entre culturas; de un pequeñísimo 6% en España que coincide con que "la homosexualidad es moralmente inaceptable" a 98% en Ghana (Pew, 2014). En una encuesta de 23 países, el apoyo a los derechos transgénero fue más bajo en Rusia y más elevado en España (Flores et al., 2016). Las actitudes en contra de personas gays en todo el mundo son más fuertes entre personas mayores, menos educadas y entre hombres (Jäckle y Wenzelburger, 2015). De modo similar, los hombres heterosexuales que valoran la masculinidad expresan mayores prejuicios contra los individuos transgénero (Anderson, 2017).

En los países occidentales, sigue existiendo el prejuicio en contra de personas gays y lesbianas, aunque está disminuyendo con velocidad:

- *Discriminación laboral*. En algunos experimentos se han entregado cientos de currículos ficticios de pares de mujeres u hombres a vacantes de empleo en Austria, Grecia y Estados Unidos (Drydakis, 2009; Tilcsik, 2011; Weichselbaumer, 2003). De manera aleatoria, uno de los miembros del par reconoce que, entre otras actividades, es voluntario en una organización lésbico-gay. En respuesta, hubo menor número de respuestas a los solicitantes gays o lesbianas. Por ejemplo, en el experimento estadounidense, 7.2% de los solicitantes cuyas actividades incluían ser "tesorero, alianza lésbico-gay" recibieron respuestas, como también las recibió 11.5% de aquellos asociados con grupos aparentemente de izquierda ("tesorero, alianza progresista y socialista"). La discriminación laboral es todavía más pronunciada en el caso de personas transgénero, 90% de las cuales informan que se les hostiga o maltrata en el sitio de trabajo (Grant et al., 2011) y donde muchas indican que se les despidió por su preferencia transgénero (Mizock et al., 2017).
- *El apoyo al matrimonio homosexual es variable, pero va en aumento*. En países occidentales, el apoyo a los matrimonios entre personas del mismo sexo se ha incrementado de manera espectacular en las últimas dos décadas; por ejemplo, en Estados Unidos aumentó de 27% en 1996 a 64% en 2017 (Gallup, 2017).
- *El acoso lastima*. En una encuesta del ambiente en escuelas de Estados Unidos, 8 de cada 10 alumnos gays o lesbianas informó haber experimentado acoso relacionado con el sexo en el año anterior (GLSEN, 2012). Más que cualquier otro grupo, la comunidad LGBT de Estados Unidos es víctima de crímenes de odio, lo que fue más visible con la matanza de 49 personas en el club gay de Orlando en 2016 (Sherman, 2016). Dos tercios de los jóvenes homosexuales de Gran Bretaña informan haber experimentado acoso escolar homofóbico (Hunt y Jensen, 2007).
- *Existe el rechazo*. En varias encuestas nacionales, 40% de estadounidenses gays o lesbianas indicaron que resultaría difícil que alguien de su comunidad "viviera abiertamente como gay o lesbiana" (Jones, 2012). Treinta y nueve por ciento indica haber sufrido el rechazo de "algún amigo o miembro de mi familia" por su orientación sexual o identidad de género (Pew, 2013). La mayoría (54%) de las personas transgénero informan haber padecido de acoso escolar y a 8% se le corrió de sus casas por ser transgénero (James et al., 2016).

¿Pero las actitudes despectivas y las prácticas discriminatorias en contra de las personas gays o lesbianas realmente causan daño? ¿Aumentan el riesgo de enfermedad y de trastornos psicológicos de las personas LGBT? Considere lo siguiente (de investigaciones estadounidenses resumidas por Hatzenbuehler, 2014):

- *Las políticas estatales predicen la salud y bienestar de personas gays o lesbianas*. En Estados Unidos, en aquellos estados que no cuentan con protección contra crímenes de odio y discriminación, las personas LGBT experimentan tasas mayores en forma sustancial de trastornos del estado de ánimo, incluso después de ajustar factores como diferencias estatales en educación e ingresos.

- *Las actitudes comunitarias también predicen la salud LGBT.* Las comunidades donde es común el prejuicio contra gays o lesbianas tienen altas tasas de suicidios y muerte cardiovascular entre homosexuales. Además, los individuos gays y lesbianas que experimentan discriminación se encuentran en mayor riesgo de depresión y ansiedad (Schmitt et al., 2014). En términos generales, la tasa de suicidios entre adolescentes gays o lesbianas, que a menudo experimentan acoso escolar, es tres veces mayor que la tasa general para adolescentes heterosexuales en Estados Unidos (Raifman et al., 2017). En una encuesta, más de 40% de estadounidenses transgénero informó haber intentado suicidarse (Haas et al., 2014), pero tuvieron menor probabilidad de hacerlo si contaban con el apoyo de sus familias (Klein y Golub, 2016).
- *Dos cuasiexperimentos confirman la toxicidad del estigma gay/lesbiana y los beneficios de su eliminación*. Entre 2001 y 2005, 16 estados de la Unión Americana prohibieron el matrimonio entre personas del mismo sexo. En tales estados, los gays y lesbianas (pero no los heterosexuales) experimentaron un aumento de 37% en trastornos del estado de ánimo, 42% de ascenso en trastornos por uso de alcohol y un incremento de 248% en trastornos generales de ansiedad (Hatzenbuehler, 2014). En otros estados, gays y lesbianas no experimentaron tales aumentos en trastornos psiquiátricos. Y cuando se revirtieron las leyes y algunos estados legalizaron el matrimonio entre personas del mismo sexo entre 2004 y 2015, menos gays y lesbianas adolescentes de tales estados intentaron suicidarse en los años posteriores (Raifman et al., 2017).

A medida que ha aumentado el apoyo público a los matrimonios entre personas del mismo sexo, más países han legalizado el matrimonio entre mujeres y entre hombres.
©Lisa F. Young/Shutterstock

EN RESUMEN: ¿Cuál es la naturaleza y el poder del prejuicio?

- El *prejuicio* es una actitud negativa preconcebida. Los *estereotipos* con creencias acerca de otro grupo; creencias que pueden ser precisas, imprecisas o sobregeneralizadas, pero que se basan en un grano de verdad. La *discriminación* es la conducta negativa injustificada. *Racismo* y *sexismo* pueden referirse a las actitudes prejuiciosas de individuos, o a las prácticas institucionales opresivas (incluso si no son deliberadamente prejuiciosas).
- El prejuicio existe en formas sutiles e inconscientes así como en modos abiertos y conscientes. Los investigadores han creado encuestas sutiles y métodos indirectos para evaluar las actitudes y comportamientos de las personas a fin de encontrar el prejuicio inconsciente.
- En Estados Unidos, el prejuicio racial en contra de los negros se aceptó ampliamente hasta el decenio de 1960; desde esa época, se ha vuelto mucho menos generalizado, pero sigue existiendo.
- De manera similar, el prejuicio en contra de las mujeres y de los gays y lesbianas ha disminuido en décadas recientes. No obstante, los poderosos estereotipos de género y una cantidad considerable de sesgos de género y orientación sexual siguen encontrándose en Estados Unidos y, en diferentes grados, en otros países del mundo.

¿CUÁLES SON LAS FUENTES SOCIALES DEL PREJUICIO?

Comprenda y examine las influencias que dan lugar y mantienen el prejuicio.

El prejuicio surge de una infinidad de fuentes. Puede surgir de las personas que difieren en cuanto a su estatus social y que desean justificar y mantener tales diferencias. También podemos

Como lo ha demostrado ampliamente el movimiento *#MeToo* en torno al hostigamiento sexual, el agrado por las mujeres no siempre equivale a considerar que las mujeres sean competentes.
©Photographee.eu/Shutterstock

aprenderlo de nuestros padres cuando nos enseñan las diferencias sociales que ellos creen que importan entre las personas. Nuestras instituciones sociales también pueden mantener y apoyar el prejuicio. Primero, considere el modo en que el prejuicio funciona en defensa de la propia posición social.

INEQUIDADES SOCIALES: ESTATUS DESIGUAL Y PREJUICIO

Un principio a recordar: *la desigualdad en estatus genera prejuicio*. Los amos esclavistas consideraban que los esclavos eran perezosos, irresponsables y que carecían de ambición; afirmaban que contaban con aquellas características que justificaban de manera precisa la esclavitud. Los historiadores se debaten en cuanto a las fuerzas que crean las desigualdades de estatus. Pero una vez que existen tales desigualdades, el prejuicio ayuda a justificar la superioridad económica y social de aquellos que detentan la riqueza y el poder. Díganos la relación económica que existe entre dos grupos y predeciremos las actitudes intergrupales. Las personas de nivel socioeconómico superior tienen mayores probabilidades que la gente que vive en la pobreza de considerar que las fortunas de las personas son el producto de lo que han ganado: gracias a sus habilidades y esfuerzos, no como el resultado de conexiones, dinero y suerte (Costa-Lopes et al., 2013; Kraus y Keltner, 2013).

Los ejemplos históricos abundan. Donde se practicó la esclavitud, hubo prejuicios poderosos. Los políticos del siglo XIX justificaban la expansión imperialista describiendo a los pueblos coloniales que explotaron como "inferiores", "necesitados de protección" y como una "carga" que debía soportarse (G. W. Allport, 1958, pp. 204-205). La socióloga Helen Mayer Hacker (1951) advirtió cómo los estereotipos acerca de negros y mujeres justificaban el estatus inferior de ambos: muchas personas pensaban que los dos grupos eran mentalmente retrasados, emocionales y primitivos, así como "felices" con su papel subordinado. Los negros eran "inferiores"; las mujeres "débiles". Los negros estaban bien en el lugar que ocupaban; el sitio adecuado para las mujeres era el hogar.

Theresa Vescio y colaboradores (2005) sometieron dicho razonamiento a prueba. Encontraron que los hombres poderosos que estereotipaban a mujeres subordinadas también las elogiaban de manera amplia, pero no les daban los recursos suficientes, minando su desempeño y permitiendo que los hombres conservaran el poder. También dentro del laboratorio, el sexismo benevolente condescendiente (cuyas afirmaciones implican que las mujeres, en su capacidad como sexo débil, necesitan de mayor apoyo) ha socavado el desempeño cognitivo de las mujeres al sembrar pensamientos intrusivos: inseguridades, preocupaciones y disminución de la autoestima (Dardenne et al., 2007).

La distinción que hacen Peter Glick y Susan Fiske entre el sexismo hostil y el benevolente se extiende a otros prejuicios. Vemos a otros grupos como *competentes* o *simpáticos*, pero a menudo no como ambas cosas. Estas dimensiones culturalmente universales de percepción social, competencia y simpatía (calidez), se ven ilustradas por el comentario de un europeo en cuanto a que "los alemanes quieren a los italianos, pero no los admiran. Los italianos admiran a los alemanes, pero no los quieren" (Cuddy et al., 2009). De modo típico, *respetamos* la competencia de aquellos de estatus elevado y nos *agradan* aquellos quienes acceden a un estatus inferior. Dependiendo de la situación, es posible que tratemos de impresionar a las personas ya sea con nuestra capacidad o con nuestra calidez. Al querer parecer competentes, es frecuente que las personas le resten importancia a su calidez. Y cuando quieren parecer agradables y cálidos, es frecuente que las personas resten importancia a sus capacidades (Holoien y Fiske, 2013).

orientación a la dominancia social
Motivación a que el propio grupo social domine a otros grupos sociales.

Algunas personas, más que otras, notan y justifican las diferencias de estatus. Aquellas con una elevada **orientación a la dominancia social** tienden a ver a las personas en términos de jerarquías. Les agrada que sus propios grupos sociales sean de estatus elevado; prefieren estar en la cima. Encontrarse en una posición dominante de estatus elevado también tiende a promover dicha orientación (Guimond et al., 2003). Jim Sidanius, Felicia Pratto y sus colegas (Bratt et al., 2016; Ho et al., 2015; Pratto et al., 1994) argumentan que este deseo por estar en la cima conduce a las personas con una elevada orientación a la dominancia social a aceptar los prejuicios y a apoyar posturas políticas que justifican el prejuicio.

De hecho, las personas con una elevada orientación a la dominancia social con frecuencia apoyan las políticas que mantienen las jerarquías, como los incentivos fiscales para las personas ricas. Tienden a preferir profesiones, como política y negocios, que aumentan su estatus y mantienen las jerarquías. De manera típica, evitan trabajos, tales como el trabajo social, que en virtud de la ayuda que dan a grupos desaventajados, reducen las jerarquías. Y es frecuente que expresen más actitudes negativas hacia personas de grupos minoritarios, en especial aquellas que exhiben identidades raciales marcadas (Kaiser y Pratt-Hyatt, 2009; Meeusen et al., 2017). El estatus genera prejuicios, en especial en personas con una elevada orientación a la dominancia social.

SOCIALIZACIÓN

El prejuicio surge a partir de la desigualdad de estatus y de otras fuentes sociales, incluyendo nuestros valores y actitudes adquiridos. La influencia de la socialización familiar aparece en los prejuicios infantiles, que a menudo son un reflejo de los que perciben en sus madres (Castelli et al., 2007). Por ejemplo, los adolescentes suecos muestran un creciente prejuicio en contra de los inmigrantes al paso del tiempo si sus padres expresan tales prejuicios (Miklikowska, 2017). Incluso las actitudes raciales implícitas de los niños reflejan los prejuicios explícitos de sus padres (Sinclair et al., 2004). Nuestras familias y culturas nos heredan todo tipo de información: cómo encontrar una pareja, cómo conducir autos y dividir las labores el hogar, y las personas en las que no debemos confiar y que no deben agradarnos. Las actitudes parentales evaluadas poco después del nacimiento de sus hijos predicen las actitudes de sus hijos 17 años después (Fraley et al., 2012).

La personalidad autoritaria

En el decenio de 1940, en la Universidad de California en Berkeley, un grupo de investigadores, dos de cuyos integrantes habían huido de la Alemania nazi, se propusieron la urgente misión de investigar y descubrir las raíces psicológicas del ponzoñoso antisemitismo que había provocado la matanza de millones de judíos. En estudios de adultos estadounidenses, Theodor Adorno y colaboradores (1950) descubrieron que la hostilidad hacia los judíos con frecuencia se acompañaba de hostilidad hacia otras minorías. En aquellos fuertemente prejuiciados, este prejuicio parecía constituir toda una cosmovisión en relación con aquellos que eran diferentes o marginados. Estas personas **etnocéntricas** compartían ciertas tendencias: una intolerancia por la debilidad, una actitud punitiva y un respeto sumiso hacia las autoridades de su propio grupo, como se reflejaba en su acuerdo con afirmaciones tales como "la obediencia y el respeto por la autoridad son las virtudes más importantes que puede aprender un niño". Adorno y colaboradores (1950) concluyeron que tales tendencias definían una **personalidad autoritaria** propensa al prejuicio.

etnocentrismo
Creer en la superioridad del propio grupo étnico y cultural y tener un desdén correspondiente por cualquier otro grupo.

personalidad autoritaria
Personalidad dispuesta a favorecer la obediencia a la autoridad y la intolerancia hacia exogrupos y hacia aquellos de estatus inferior.

Incluso en la actualidad, existe esta coexistencia de prejuicios; es frecuente que los sentimientos en contra de homosexuales, de inmigrantes, de negros, de musulmanes y de mujeres vivan debajo de una misma piel (Akrami et al., 2011; Zick et al., 2008). Las personas saben esto de modo intuitivo. Así, es frecuente que las mujeres blancas se sientan amenazadas por personas que exhiben racismo y los hombres negros por personas que exhiben sexismo (Sanchez et al., 2017).

Algunos estudios de la niñez de personas autoritarias han revelado que a menudo se enfrentaron a una disciplina férrea durante su infancia. El extremismo, tanto a la izquierda como a la derecha del espectro político, comparte algunos temas en común, como tender a lo catastrófico, desear venganza, deshumanizar al enemigo y buscar una sensación de control (Kay y Eibach, 2013; Saucier et al., 2009). No solo eso, las personas tanto de derecha como de izquierda muestran una intolerancia similar hacia los grupos cuyos valores y creencias son diferentes a las suyas (Brandt y Van Tongeren, 2017; Kossowska et al., 2017; Toner et al., 2013; van Prooijen et al., 2015). De modo irónico, las personas que apoyan fuertemente la tolerancia étnica pueden exhibir una considerable intolerancia y discriminación hacia aquellas personas que no coinciden con ellas (Bizumic et al., 2017).

Las investigaciones también sugieren que la inseguridad de los individuos autoritarios los predispone hacia una preocupación excesiva por el poder y el estatus, y a una manera de pensamiento inflexible en cuanto a lo que es correcto e incorrecto, lo que hace que se les dificulte tolerar la ambigüedad. Por ello las personas autoritarias tienden a ser sumisas frente a aquellos que tienen poder sobre ellos y agresivas o punitivas hacia aquellos que consideran se encuentran en un estatus inferior al suyo (Altemeyer, 1988, 1992). "¡Aquí no hay vuelta de hoja!". Los sentimientos de superioridad moral de las personas autoritarias pueden ir de la mano con la brutalidad hacia las personas percibidas como inferiores, con el apoyo de políticos que exaltan la dominancia y que prometen restaurar las jerarquías (Choma y Hanoch, 2017; McAdams, 2017; Taub, 2016).

Religión y prejuicio racial

Considere a aquellos que se benefician de las desigualdades sociales al tiempo que juran y perjuran que "nos crearon iguales a todos". Necesitan justificar que las cosas permanezcan como están. ¿Y qué podría ser una justificación más poderosa que creer que Dios ha dictado el orden social existente? Para toda cantidad de actos crueles, señala William James, "la devoción es la máscara" (1902, p. 264).

En casi cualquier país, los líderes invocan la religión para santificar el orden actual. El uso de la religión para apoyar la injusticia ayuda a explicar un par de hallazgos consistentes relacionados con la cristiandad estadounidense: (1) los feligreses blancos han expresado un mayor prejuicio racial que aquellos que no pertenecen a esta religión y (2) quienes profesan creencias fundamentalistas expresan más prejuicio que aquellos que profesan creencias progresistas (Hall et al., 2010; Johnson et al., 2011).

Conocer la correlación entre ambas variables, religión y prejuicio, nos dice poco acerca de su relación causal. Considere las siguientes tres posibilidades:

- Es posible que *no exista relación causal alguna*. Quizá las personas menos educadas sean tanto más fundamentalistas, como más prejuiciadas (en un estudio con 7 070 británicos, aquellos que obtuvieron puntuaciones elevadas en una prueba de CI a los 10 años de edad, expresaron puntos de vista menos tradicionalistas y menos racistas a sus 30 años de edad [Deary et al., 2008]).
- Es posible que *el prejuicio cause la religiosidad*, al llevar a algunas personas a crear ideas religiosas que sustenten sus prejuicios. Las personas que sienten odio pueden utilizar la religión, e incluso a Dios mismo, para justificar el desprecio que sienten hacia los demás.
- Es posible que *la religiosidad cause el prejuicio*, al llevar a las personas a creer que debido a que todos los individuos cuentan con libre albedrío, las minorías empobrecidas solo puedan culparse a sí mismas por su situación y que gays y lesbianas eligen su orientación sexual.

Si, de hecho, la religiosidad causa el prejuicio, entonces los feligreses más religiosos también serían los más prejuiciados. Pero otros tres hallazgos indican lo contrario de modo consistente.

- *Los que asisten a la iglesia con regularidad son menos prejuiciosos*. En 24 de 26 comparaciones que se llevaron a cabo a mediados del siglo anterior, entre los miembros de una iglesia, aquellos feligreses que asisten de manera regular son menos prejuiciosos que los asistentes ocasionales (Batson y Ventis, 1982).
- *Las personas intrínsecamente religiosas son menos prejuiciosas*. Gordon Allport y Michael Ross (1967) compararon la religiosidad "intrínseca" y "extrínseca". Encontraron que las personas para quienes la religión es un fin intrínseco en sí mismo (como aquellos que coinciden, por ejemplo, con la afirmación: "En realidad, mis creencias religiosas son lo que se encuentra tras mi enfoque completo de vida") expresan *menos* prejuicios que aquellos para quienes la religión es más bien el medio hacia un fin (que coinciden con la afirmación: "Una razón primordial de mi interés en la religión es que asistir a mi iglesia es una actividad social agradable"). El verse enfrentados a recordatorios de su mortalidad, como el que las personas experimentan durante ataques terroristas, la religiosidad intrínseca también ha predicho una disminución en hostilidad exogrupal entre cristianos estadounidenses y judíos, musulmanes iraníes y cristianos polacos (De Zavala et al., 2012). Y aquellos que obtuvieron las puntuaciones más elevadas en el índice de "compromiso espiritual" de Gallup aceptaron mejor que personas de otra raza se mudaran a la casa junto a la suya (Gallup y Jones, 1992).
- *Los miembros del clero son menos prejuiciosos*. Los ministros protestantes y los sacerdotes católicos romanos le dieron mayor apoyo al movimiento estadounidense de los derechos civiles que las personas laicas (Fichter, 1968; Hadden, 1969). En Alemania, 45% del clero en 1934 se alió con la Iglesia Confesante, que se organizó para oponerse a la influencia nazi sobre la Iglesia Protestante alemana (Reed, 1989).

"Tenemos justo la religión necesaria para hacernos odiar, pero no la suficiente como para amarnos los unos a los otros".

—Jonathan Swift, *Pensamientos varios, morales y divertidos,* 1706

Así entonces, ¿cuál es la relación entre la religión y el prejuicio racial? La respuesta que obtengamos dependerá de *cómo* planteemos la pregunta. Si definimos la religiosidad como la membresía a una iglesia o la disposición a coincidir, aunque sea de modo superficial, con las creencias religiosas tradicionales, entonces las personas más religiosas serán las más racialmente prejuiciadas.

Pero si evaluamos la profundidad del compromiso religioso en cualquiera de varias otras maneras, entonces los más devotos son los menos prejuiciados; de allí las raíces religiosas de los movimientos modernos de los derechos civiles y contra el *apartheid*, entre cuyos líderes se encontraban diversos ministros y sacerdotes. Fueron los valores inspirados en la fe de Thomas Clarkson y William Wilberforce ("Ama a tu prójimo como a ti mismo") que, hace dos siglos, motivaron la exitosa campaña para darle fin al comercio esclavista del Imperio Británico y a la práctica de la esclavitud. Como concluyó Gordon Allport: "El papel de la religión es paradójico. Crea el prejuicio y lo deshace" (1958, p. 413).

Conformidad

Una vez establecido, el prejuicio se verá mantenido sobre todo por inercia. Si el prejuicio es aceptado desde el punto de vista social, las personas seguirán la ley del menor esfuerzo y se conformarán con la moda. No actuarán tanto por una necesidad de odiar como por la necesidad de que se les quiera y acepte. Así, es más probable que las personas favorezcan (o se opongan) a la discriminación después de escuchar que alguien más lo hace, y apoyen menos a las mujeres después de escuchar bromas sexistas (Ford et al., 2008; Zitek y Hebl, 2007).

Durante la década de 1950, Thomas Pettigrew (1958) estudió a personas blancas de Sudáfrica y del Sur de Estados Unidos. Su descubrimiento: aquellos que se conformaban más a otras normas sociales también eran los más prejuiciados; aquellos que se conformaban menos reflejaban menos prejuicio circundante.

El precio de la falta de conformidad fue dolorosamente evidente para los ministros de Little Rock, Arkansas, donde se implementó la decisión de la Suprema Corte de Justicia en cuanto a la desegregación de las escuelas en 1954. La mayoría de los ministros apoyaban la integración en privado, pero temían que hablar en su favor de manera abierta hiciera que disminuyera el número de feligreses y las contribuciones monetarias (Campbell y Pettigrew, 1959). O considere a los trabajadores del acero en Indiana y los mineros de carbón de Virginia occidental de la misma era. Los trabajadores aceptaron la integración en las siderúrgicas y en las minas, pero en los vecindarios la norma era la segregación absoluta (Minard, 1952; Reitzes, 1953). Es claro que el prejuicio no era una manifestación de personalidades "enfermas", sino tan solo de las normas sociales.

Así, si el presidente de una nación expresara desdén por los inmigrantes, los musulmanes y las minorías étnicas, ¿tendría alguna importancia? Después de la elección de Donald Trump en 2016 y de que en agosto de 2017 declarara que los manifestantes supremacistas blancos incluían a "personas excelentes", el Southern Poverty Law Center (2017) informó, con base en anécdotas de acoso y hostigamiento, que la incitación al odio se había "avivado" y "envalentonado".

De todos modos, podríamos preguntarnos, ¿los discursos políticos prejuiciosos solo les dan voz a las actitudes existentes? ¿O normalizan el prejuicio?

Dos encuestas de gran tamaño, junto con un experimento confirman que el discurso de odio puede ser tóxico desde el punto de vista social. El psicólogo Wiktor Soral y sus colaboradores (2018) de la Universidad de Varsovia informaron que "la exposición frecuente y repetitiva al discurso de odio conduce a la desensibilización" a este tipo de discurso, así como a "un aumento en el prejuicio exogrupal". Además, el informe anual de crímenes de odio del FBI (2017) confirma que, en efecto, hubo un incremento de 5% en incidentes de crímenes de odio en 2016. A pesar del aumento generalizado en aceptación de personas LGBT en Estados Unidos, así como de minorías raciales y étnicas, estos grupos experimentaron un incremento en incidentes de este tipo. Del mismo modo, el Reino Unido experimentó un aumento en reportes de crímenes de odio después del voto a favor del Brexit, en parte motivado por sentimientos antiinmigrantes (Kenyon, 2016).

¿Deberíamos mostrarnos sorprendidos? Como nos lo recordaron los psicólogos Chris Crandall y Mark White (2016): los presidentes tienen el poder de influir en las normas y las normas importan. "Las personas expresan los prejuicios que son socialmente responsables y ocultan aquellos que no lo son".

La conformidad también sustenta el prejuicio de género. "Si hemos llegado a pensar que la habitación de los niños y la cocina son la esfera natural de las mujeres, escribió George Bernard Shaw

"Utiliza tu privilegio blanco, Luke".

©Benjamin Schwartz. Todos los derechos reservados. Usada con autorización.

en un ensayo de 1891, lo hemos hecho ni más ni menos de la misma manera en que los niños ingleses llegan a pensar que las jaulas son la esfera natural de los loros, porque jamás los han visto en ningún otro sitio". Los niños que *sí* han visto a las mujeres en otros lugares, los hijos de madres que trabajan, expresan puntos de vista menos estereotipados tanto de hombres como de mujeres (Hoffman, 1977). Las mujeres estudiantes expuestas a mujeres expertas en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (las así llamadas disciplinas STEM, por sus siglas en inglés [**S**cience, **T**echnology, **E**ngineering, **M**athematics]) también expresan actitudes implícitas más positivas hacia los estudios STEM y exhiben un mayor esfuerzo en pruebas relacionadas con estas mismas disciplinas (Stout et al., 2011).

Dentro de todo esto, existe un mensaje de esperanza. Si el prejuicio no se encuentra arraigado a profundidad dentro de la personalidad, a medida que cambian las modas y evolucionan nuevas normas, el prejuicio puede disminuir. Y es lo que ha sucedido. Después de que las decisiones de la Suprema Corte de Justicia de Estados Unidos declararon formalmente el matrimonio interracial en todo el país (en 1967) y el matrimonio entre personas del mismo sexo (en 2015), los estadounidenses percibieron que las normas sociales habían cambiado de modo acorde (Tankard y Paluck, 2017).

APOYOS INSTITUCIONALES

Las instituciones sociales (escuelas, gobiernos, medios, familias) pueden sustentar el prejuicio a través de políticas abiertas tales como la segregación, o de manera pasiva a través del reforzamiento del *statu quo*. Hasta la década de 1970, muchos bancos negaban sistemáticamente créditos hipotecarios a mujeres solteras y a solicitantes pertenecientes a minorías, el resultado era que la mayoría de los propietarios de casas eran parejas blancas casadas.

Los medios también pueden fortalecer estereotipos. En diversos estudios, la exposición a noticias de musulmanes descritos como terroristas se asoció con el aumento en la percepción de los musulmanes como agresivos y el mayor apoyo a acciones militares en territorios musulmanes y en políticas perjudiciales contra los musulmanes (Saleem et al., 2017).

Los respaldos institucionales al prejuicio con frecuencia son no deliberados o inadvertidos. Aquí, uno que la mayoría de nosotros no ha notado, a pesar de que está justo frente a nuestros ojos: al examinar 1 750 fotografías de personas en revistas y periódicos, Dane Archer y sus colaboradores (1983) descubrieron que alrededor de dos tercios de las fotografías masculinas promedio, pero menos de la mitad de las fotografías femeninas promedio, encuadraban el rostro. A medida que Archer amplió su búsqueda, descubrió que este tipo de "rostrismo" era común. Lo encontró en las publicaciones periódicas de otros 11 países y en 920 retratos de las obras de arte de seis siglos, así como en los dibujos de estudiantes de la Universidad de California en Santa Cruz. Algunos estudios de seguimiento han confirmado el fenómeno del "rostrismo" en revistas (incluida la revista feminista *Ms.*) y en las fotografías de internet de hombres y mujeres de la política de países donde incluso existe una relativa equidad de género (Konrath et al., 2012; Nigro et al., 1988). Los investigadores sospechan que la prominencia visual que se da a los rostros de los hombres y a los cuerpos de las mujeres no solo refleja, sino que también perpetúa el sesgo de género.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son las fuentes sociales del prejuicio?

- La situación social genera y mantiene el prejuicio de diversas maneras. Un grupo que disfruta de la superioridad social y económica a menudo utilizará creencias prejuiciosas para justificar su posición de privilegio.
- También se cría a los niños de formas que fomentan o reducen el prejuicio. Se dice que a aquellos con *personalidades autoritarias* se les educa para la obediencia y la intolerancia. La familia, comunidades religiosas y sociedad en general pueden sostener o reducir los prejuicios.
- Las instituciones sociales (gobierno, escuelas, medios) también apoyan el prejuicio, a veces a través de políticas abiertas y a veces por medio de una inercia no deliberada.

¿CUÁLES SON LAS FUENTES MOTIVACIONALES DEL PREJUICIO?

Identifique y examine las fuentes motivacionales del prejuicio.

Existen diversas motivaciones que subyacen al prejuicio, pero las motivaciones también pueden conducir a las personas a evitarlo.

FRUSTRACIÓN Y AGRESIÓN: LA TEORÍA DEL CHIVO EXPIATORIO

La frustración (ocasionada por el bloqueo de metas) alimenta la hostilidad. Cuando la causa de nuestra frustración es intimidante o desconocida, es frecuente que redirijamos nuestra hostilidad. El fenómeno de "agresión desplazada" (inculpación expiatoria) contribuyó al linchamiento de afrodescendientes en el Sur de Estados Unidos después de la Guerra Civil. Entre 1882 y 1930, se dieron más linchamientos en los años en los que los precios del algodón se redujeron y, presumiblemente, la frustración económica aumentó (Hepworth y West, 1988; Hovland y Sears, 1940). Cuando se incrementa el estándar de vida, las sociedades tienden a ser más abiertas a la diversidad y a la aprobación y aplicación de leyes en contra de la discriminación (Frank, 1999). Es más fácil conservar la paz étnica durante los tiempos de prosperidad.

Los blancos de esta agresión varían. Después de su derrota en la Primera Guerra Mundial y el caos económico resultante, muchos alemanes vieron a los judíos como villanos. Mucho antes de que Hitler ascendiera al poder, un líder alemán explicó: "El judío es tan solo conveniente... Si no existieran los judíos, los antisemitas los hubieran inventado" (citado por Allport, 1958, p. 325).

De manera reciente, los estadounidenses que reaccionaron a los ataques del 11 de septiembre con más enojo que temor, expresaron una mayor intolerancia hacia los inmigrantes y hacia las personas provenientes del Medio Oriente (Skitka et al., 2004). Y ya en el siglo XXI, mientras Grecia se iba hundiendo en la miseria económica, aumentó la furia hacia los inmigrantes extranjeros (Becatoros, 2012). Incluso las amenazas de grupos distantes, como los actos terroristas, pueden potenciar los prejuicios locales (Bouman et al., 2014; Greenaway et al., 2014). Las pasiones provocan prejuicio.

En contraste, los individuos que no experimentan una respuesta emocional negativa a las amenazas sociales, a saber, los niños que padecen de un trastorno genético denominado síndrome de Williams, exhiben una notable carencia de estereotipos y prejuicios raciales (Santos et al., 2010). Sin pasión, no hay prejuicio.

La competencia es una fuente importante de frustración que puede generar prejuicios. Cuando hay dos grupos que compiten por trabajos, vivienda o prestigio social, el cumplimiento de las metas de uno de los grupos puede convertirse en la frustración del otro grupo. Así, la **teoría del conflicto de grupo realista** sugiere que el prejuicio surge cuando los grupos compiten por recursos escasos (Maddux et al., 2008; Pereira et al., 2010; Sassenberg et al., 2007). En la biología evolutiva, la ley de Gause afirma que existirá un máximo de competencia entre especies con necesidades idénticas.

teoría del conflicto de grupo realista
La teoría de que el prejuicio surge a causa de la competencia que existe entre grupos por los recursos escasos.

Considere cómo esto se ha manifestado en todo el mundo:

- En Europa del Este, las personas frustradas desde el punto de vista económico expresan niveles relativamente elevados de prejuicio evidente hacia minorías étnicas (Pettigrew et al., 2008, 2010).
- En Canadá, la oposición a los inmigrantes, desde 1975, ha aumentado y se ha reducido a la par de la tasa de desempleo (Palmer, 1996).
- En Estados Unidos, las preocupaciones relacionadas con que los inmigrantes se apropien de los empleos es mayor entre las personas de ingresos más bajos (AP/Ipsos, 2006; Pew, 2006).
- En Sudáfrica, docenas de inmigrantes africanos murieron a manos de turbas y 35 000 personas se vieron desalojadas de campamentos irregulares por sudafricanos resentidos por la competencia económica. "Estos extranjeros no cuentan con identificación, ni con papeles,

y sin embargo les dan trabajos —dijo un sudafricano desempleado quien señaló— "están dispuestos a trabajar por 15 rands (como dos dólares) diarios" (Bearak, 2010). Cuando hay un choque de intereses, es frecuente que el resultado sea el prejuicio.

TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL: SENTIRSE SUPERIOR A LOS DEMÁS

Los humanos somos una especie social. Nuestra historia ancestral nos prepara para alimentarnos y protegernos, para vivir, en grupos. Los humanos vitoreamos a nuestros grupos, matamos por ellos y morimos por ellos. La evolución nos prepara, al vernos confrontados con desconocidos, a hacer un juicio inmediato: ¿amigos o enemigos? Tendemos a que nos agraden aquellos que pertenecen a nuestro grupo, que se asemejan a nosotros, incluso que *suenan* como nosotros, con acentos como los nuestros, al instante (Gluszek y Dovidio, 2010; Kinzler et al., 2009).

Y no es de sorprender, como lo señalan los psicólogos sociales John Turner (1981, 2000), Michael Hogg (1992, 2010, 2014) y sus colaboradores, que también nos definamos por nuestros grupos. El autoconcepto, nuestro sentido de quién somos, contiene no solo una *identidad personal* (el sentido propio de nuestros atributos y actitudes personales), sino también una **identidad social** (Chen et al., 2006; Haslam, 2014). Fiona se identifica como mujer, australiana, laborista, estudiante de la Universidad de Nueva Gales del Sur y como miembro de la familia McDonald.

identidad social
El aspecto "nosotros" de nuestro autoconcepto: la parte de nuestra respuesta a la pregunta "¿Quién soy?" que proviene de nuestras membresías de grupo.

endogrupo
"Nosotros": un grupo de personas que comparte una sensación de pertenencia, un sentimiento de identidad común.

exogrupo
"Ellos": un grupo de personas que se percibe como claramente diferente o separado del propio endogrupo.

En colaboración con el psicólogo social británico Henri Tajfel, Turner (1947-2011), un nativo de Polonia que perdió a sus familiares y amigos en el Holocausto y que después dedicó gran parte de su carrera al estudio del odio étnico, propuso la *teoría de la identidad social*. Turner y Tajfel observaron que

- *Categorizamos*: nos resulta útil colocar a las personas, incluyéndonos a nosotros mismos, en distintas categorías. Etiquetar a alguien como hindú, escocés o conductor de autobuses es un modo breve de decir otras cosas más acerca de la persona.
- *Nos identificamos*: nos asociamos con ciertos grupos (o **endogrupos**) y aumentamos nuestra autoestima al hacerlo.
- *Comparamos*: contrastamos nuestros grupos con otros (**exogrupos**), con un sesgo favorable a favor del grupo al que pertenecemos.

"Quienquiera que esté insatisfecho consigo mismo está preparado de modo continuo para vengarse".

—Friedrich Nietzsche, *La gaya ciencia,* 1882

Desde los años de educación preescolar, los humanos dividimos a los demás de manera natural en aquellos que están dentro y fuera de nuestro propio grupo (Buttelmann y Böhm, 2014; Dunham et al., 2013). También nos valoramos a nosotros mismos, en parte, a través de nuestra membresía a diferentes grupos. Tener un sentido de "nostridad" fortalece nuestros autoconceptos. Se *siente* bien. No solo buscamos *respeto* por nosotros mismos, sino también *orgullo* para con nuestros grupos (Greenaway et al., 2016; Sani et al., 2012). Además, ver a nuestros grupos como superiores se siente todavía mejor. Es como si todos pensáramos: "Soy X [indique el grupo]. X es bueno. Por lo tanto, yo soy bueno".

¿A qué grupo pertenece? La teoría de la identidad social sugiere que las personas irreflexivamente buscan categorizar a los demás, en parte para determinar si pertenecen a su propio grupo (al endogrupo) o no (al exogrupo).
©Juanmonino/Getty Images

Si las personas carecen de una identidad personal positiva, es frecuente que traten de encontrar cierta cantidad de autoestima identificándose con un grupo. Así, muchos jóvenes desaventajados encuentran orgullo, poder, seguridad e identidad al afiliarse con pandillas. De manera muy similar a la forma en que la disonancia motiva su propia reducción y la inseguridad alimenta el autoritarismo, la incertidumbre también motiva a las personas a la búsqueda de una identidad social. Su incertidumbre se reduce cuando perciben quiénes somos "nosotros" y quiénes son "ellos". En especial dentro de un mundo caótico e incierto, ser parte de un grupo entusiasta y cercanamente unido se siente bien; valida lo que uno es (Hogg et al., 2017). Y eso también explica parte del atractivo de los grupos radicales extremistas de nuestro mundo actual.

Cuando las identidades personal y social de la persona se *funden*, cuando se difumina el límite entre el sí mismo y el grupo, se vuelven más dispuestos a pelear o morir por su grupo (Gómez et al., 2011; Swann et al., 2012, 2014a,b). Muchos individuos patrióticos, por ejemplo, se definen a sí mismos por sus identidades nacionales (Staub, 1997a, 2005a). Y muchas personas que se sienten perdidas encuentran una identidad en sus asociaciones con nuevos movimientos religiosos, grupos de autoayuda o fraternidades (**figura 9.3**).

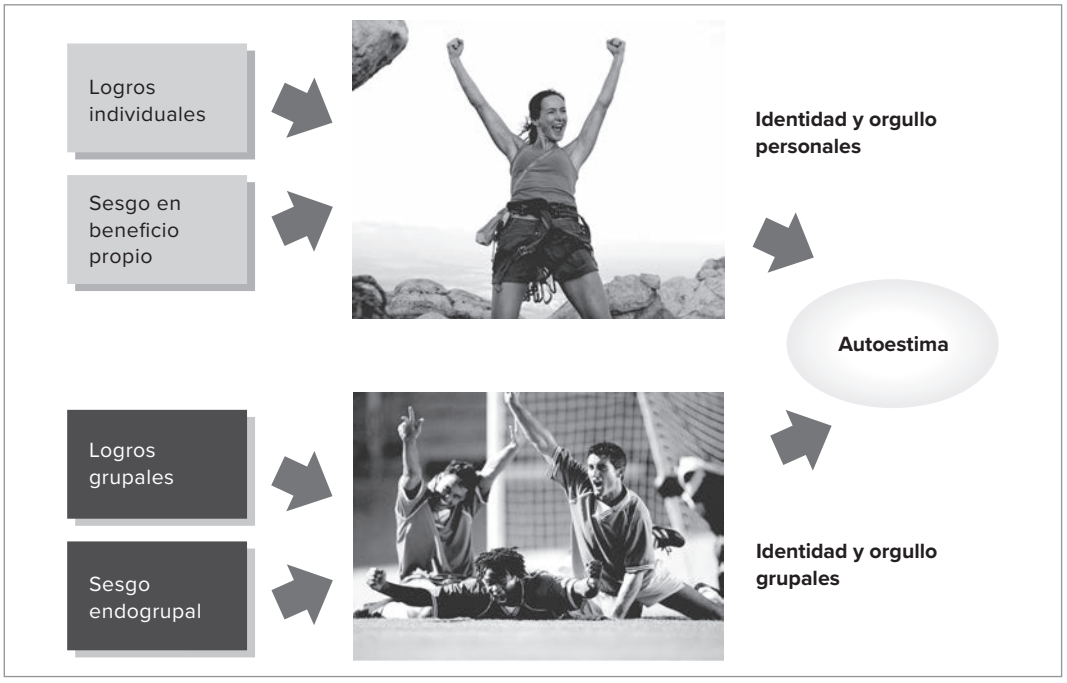


FIGURA 9.3
La identidad personal y la identidad social, en conjunto, alimentan la autoestima.
(fotografía, arriba): ©Sam Edwards/AGE Fotostock; (fotografía, abajo): ©Digital Vision/Punchstock

A causa de nuestras identificaciones grupales, nos conformamos a las normas grupales. Nos sacrificamos por el equipo, por la familia y por la nación. Mientras más importante sea nuestra identidad social, más reaccionaremos de manera prejuiciosa a las amenazas provenientes de otros grupos (Crocker y Luhtanen, 1990; Hinkle et al., 1992).

Sesgo endogrupal

La definición social de quién es uno, el género, raza, religión, estado civil, profesión, también implica una definición de lo que uno no es. El círculo que nos incluye a "nosotros" (el endogrupo) los excluye a "ellos") (el exogrupo). Mientras los turcos étnicos en Holanda se ven a más sí mismos como turcos o musulmanes, menos se verán a sí mismos como holandeses (Verkuyten y Yildiz, 2007).

La mera experiencia de conformarnos en un grupo puede promover el **sesgo endogrupal**. Pregúntele a un niño: "¿Quiénes son mejores, los niños de tu escuela o los niños de [cualquier otra escuela cercana]?". Casi todos dirán que su propia escuela es la que tiene a los mejores niños.

sesgo endogrupal
La tendencia a favorecer al propio grupo.

EL SESGO ENDOGRUPAL APOYA EL AUTOCONCEPTO POSITIVO El sesgo endogrupal es un ejemplo más de la búsqueda humana por encontrar un autoconcepto positivo. Cuando nuestro grupo logra el éxito, podemos hacernos sentir mejor identificándonos más poderosamente con él. Los estudiantes universitarios cuyo equipo acaba de ganar, con frecuencia afirman: "*¡Ganamos!*". Si su equipo sufre una derrota, es más probable que digan: "*Perdieron*". Disfrutar de la gloria ajena de un endogrupo exitoso es más común entre aquellos que acaban de experimentar algún golpe a su ego, por ejemplo, al enterarse de que tuvieron un mal desempeño en una "prueba de creatividad" (Cialdini et al., 1976). También podemos disfrutar de la gloria ajena del logro de algún amigo; a menos de que ese amigo tenga un mejor desempeño que nosotros en algo que es pertinente para nuestra identidad (Tesser et al., 1988). Si usted se considera un excelente estudiante de psicología, es probable que obtenga mucho más placer de la excelencia de alguno de sus amigos en las matemáticas.

"Existe una tendencia a definir el propio grupo de manera positiva a fin de evaluarnos a nosotros mismos de forma positiva".

—John C. Turner, "Identidad social", 1984

EL SESGO ENDOGRUPAL ALIMENTA EL FAVORITISMO Tenemos tal conciencia grupal que, dada cualquier excusa para que pensemos en nosotros mismos como grupo, lo haremos; y entonces exhibiremos el sesgo endogrupal. Incluso la formación de grupos conspicuos sin base lógica alguna, por ejemplo, tan solo por componer los grupos X y Y al arrojar una moneda, producirá cierta cantidad de sesgo endogrupal (Billig y Tajfel, 1973; Brewer y Silver, 1978; Locksley et al., 1980).

En la novela *Payasadas,* de Kurt Vonnegut, las computadoras le dan a todo el mundo un nuevo segundo nombre; después de ello, todos los "Narciso 11" se sintieron unidos entre sí y distanciados de los "Frambuesa 13". Vuelve a aparecer el sesgo en beneficio propio, lo que les permite a las personas lograr una identidad social más positiva: "nosotros" somos mejores que "ellos", ¡incluso si "nosotros" y "ellos" es una definición al azar!

En distintos experimentos, Tajfel y Michael Billig (1974; Tajfel, 1970, 1981, 1982) exploraron aún más lo poco que se necesita para provocar el favoritismo hacia *nosotros* y la injusticia hacia *ellos*. En un estudio, Tajfel y Billig les pidieron a adolescentes británicos que valoraran por sí mismos pinturas modernas abstractas y después les informaron que ellos y algunos otros adolescentes habían favorecido el arte de Paul Klee sobre el de Wassily Kandinsky, mientras que otros habían favorecido más a Kandinsky. Más tarde, sin siquiera haber conocido a los miembros del grupo favorecedor de Klee, cada adolescente dividió cierta cantidad de dinero entre los grupos que favorecían a uno u otro de los pintores. En este y otros experimentos, los grupos definidos incluso de esta manera totalmente trivial produjeron el favoritismo endogrupal. David Wilder (1981) resumió el resultado típico: "Al darles la oportunidad de dividir 15 puntos [que valían cierta cantidad de dinero], los sujetos por lo general le dieron 9 o 10 puntos a su propio grupo y 5 o 6 puntos al otro".

Tendemos más al sesgo endogrupal cuando nuestro grupo es pequeño y tiene un estatus distinto en relación con el exogrupo (Ellemers et al., 1997; Moscatelli et al., 2014). Cuando formamos parte de un grupo pequeño rodeado de un grupo de mayor tamaño, estamos más conscientes de nuestra pertenencia grupal. Cuando nuestro endogrupo conforma la mayoría, es menos probable que pensemos en él. Para un alumno extranjero, ser gay o lesbiana o pertenecer a una raza o género minoritario es sentir la propia identidad social de manera más intensa y reaccionar de modo acorde.

"Papá, mamá y yo, mi hermana y mi tía dicen que todos somos Nosotros, y que esos de allá son ellos. Ellos viven al lado del mar, y nosotros junto a la calle. ¿Pero acaso creerías que fueran tan necios? ¡Creen que nosotros también somos ellos!".

—Rudyard Kipling, "Ellos y nosotros" en *Débitos y créditos,* 1926

¿ES FORZOSO QUE EL AGRADO ENDOGRUPAL FOMENTE EL DESAGRADO EXOGRUPAL? ¿El sesgo endogrupal refleja un agrado por el propio grupo, un desagrado por el exogrupo o ambos? ¿El orgullo étnico produce prejuicio? ¿Una fuerte identidad feminista conduce a las feministas a sentir desagrado por las no feministas? ¿La lealtad a una fraternidad o grupo femenil estudiantil particular conduce a sus miembros a despreciar a los estudiantes independientes o a los miembros de otras fraternidades o grupos femeninos estudiantiles? ¿O tan solo es que las personas favorecen a sus propios grupos sin mostrar animadversión hacia los demás?

Los experimentos revelan tanto agrado endogrupal como desagrado exogrupal. En ocasiones, el amor y el odio son las dos caras de una misma moneda. Si usted ama a los Medias Rojas de Boston, es posible que deteste a los Yanquis de Nueva York. El amor de un patriota por su tribu o país lo motiva a morir con tal de defenderlo contra sus enemigos. Al grado en que veamos la virtud en *nosotros*, es probable que veamos el mal en *ellos*. Además, los estereotipos exogrupales prosperan cuando las personas sienten su identidad endogrupal de modo más intensa (Wilder y Shapiro, 1991).

También les achacamos emociones humanas de manera exclusiva (amor, esperanza, desprecio, resentimiento) a los miembros del endogrupo y es menos probable que estemos dispuestos a ver tales emociones humanas en los miembros del exogrupo (Demoulin et al., 2008; Kteily et al., 2016; Leyens et al., 2003, 2007). Existe una larga historia de negarles atributos humanos a los exogrupos; un proceso que se denomina "infrahumanización". Los exploradores europeos imaginaban a muchos de los pueblos con los que tuvieron contacto como salvajes gobernados por instintos animales. "A los africanos se les ha comparado con simios, a los judíos con ratas y a los inmigrantes con parásitos", señalaron los psicólogos sociales Stephen Loughman y Nick Haslam (2007). Humanizamos a nuestras mascotas y deshumanizamos a los exogrupos.

Sin embargo, el sesgo endogrupal y la discriminación son menos el resultado de la hostilidad exogrupal que del favoritismo endogrupal (Balliet et al., 2014; Greenwald y Pettigrew, 2014). El sesgo es menos cuestión de desagrado hacia aquellos que son diferentes que de la formación de redes y el apoyo mutuo entre quienes se encuentran dentro del grupo propio. Incluso cuando no existen "ellos" (imagínese estableciendo vínculos con un puñado de otros sobrevivientes sobre una isla desierta), es posible llegar a amar al "nosotros" (Gaertner et al., 2006). Así, los sentimientos positivos por nuestros propios grupos no necesitan verse acompañados de sentimientos negativos igual de intensos por los exogrupos.

Necesidad de estatus, amor propio y pertenencia

El estatus es relativo: para percibir que tenemos un estatus, necesitamos que haya personas por debajo de nosotros. Así, uno de los beneficios psicológicos del prejuicio, o de cualquier sistema de estatus, es el sentimiento de superioridad. La mayoría de nosotros puede recordar algún momento

en que nos hayamos sentido secretamente complacidos del fracaso de alguien más; quizá de ver que castigaran a alguno de nuestros hermanos o que reprobara algún compañero de clase. En Europa y Estados Unidos es frecuente que el prejuicio sea mayor entre aquellos en un nivel bajo o que caen por la escalera socioeconómica, y entre aquellas personas cuya autoimagen positiva esté amenazada (Lemyre y Smith, 1985; Pettigrew et al., 1998; Thompson y Crocker, 1985). En un estudio, algunos miembros de grupos femeniles estudiantiles de bajo estatus se mostraron más despreciativos de grupos femeniles estudiantiles competidoras que los miembros de estos grupos con mayor estatus (Crocker et al., 1987). Si nuestro estatus se encuentra seguro, si sentimos orgullo genuino basado en logros, no solo en autoexaltación, tenemos una menor necesidad de sentirnos superiores y expresamos menos prejuicios (Ashton-James y Tracy, 2012).

En un estudio tras otro, pensar acerca de la propia mortalidad, al escribir un ensayo breve acerca de la muerte y de las emociones que se suscitan al pensar en ella, produce la suficiente inseguridad como para intensificar el favoritismo endogrupal y el prejuicio exogrupal (Greenberg et al., 1990, 2013; Schimel et al., 1999). Un estudio mostró que entre personas blancas, pensar acerca de la muerte incluso puede promover un agrado por racistas que argumentan a favor de la superioridad de su propio grupo (Greenberg et al., 2001, 2008). Al pensar en la muerte, las personas exhibimos una **gestión del terror**. Nos protegemos de la amenaza de nuestra propia muerte despreciando a aquellos cuyas amenazas a nuestra propia cosmovisión aumentan aún más nuestra ansiedad. Cuando las personas ya se sienten vulnerables por pensar acerca de su propia mortalidad, el prejuicio sirve para aumentar el sistema de creencias amenazado. Pero pensar acerca de la muerte también puede enriquecer los sentimientos comunitarios, como la identificación endogrupal, la unión y el altruismo (McGregor et al., 2001; Sani et al., 2009).

Recordarles su mortalidad a las personas también puede afectar el apoyo que le brinden a importantes políticas públicas. Antes de la elección presidencial de Estados Unidos en 2004, proporcionarles a las personas señales relacionadas con la muerte, incluyendo peticiones de que recordaran sus emociones en cuanto a los ataques del 11 de septiembre o exponiéndolas de manera subliminal a imágenes de ese día, aumentó el apoyo a favor del presidente George W. Bush y sus políticas antiterroristas (Landau et al., 2004). En Irán, los recordatorios de la propia muerte aumentaron el apoyo de estudiantes a los ataques suicidas en contra de Estados Unidos (Pyszczynski et al., 2006).

La necesidad de estatus y seguridad sugieren que un hombre que duda de su propia fuerza e independencia podría, al proclamar que las mujeres son débiles y dependientes, fortalecer su imagen masculina. De hecho, al mostrarles entrevistas videograbadas de mujeres jóvenes, los hombres con una baja aceptación propia mostraron desagrado por las mujeres fuertes atípicas. Los hombres con una elevada aceptación propia, las prefirieron (Grube et al., 1982). Algunos experimentos confirman la relación entre autoimagen y prejuicio: si se afirma a las personas valorarán a un exogrupo de manera más positiva; si se amenaza su autoestima, la restaurarán mediante la denigración de un exogrupo (Fein y Spencer, 1997; Spencer et al., 1998).

Detestar a exogrupos fortalece al endogrupo. El espíritu escolar rara vez es tan poderoso como cuando el juego es en contra del archirrival. El sentido de camaradería entre trabajadores a menudo se encuentra a su nivel máximo cuando sienten un antagonismo común hacia la gerencia. Para solidificar su control sobre el pueblo alemán, Hitler los atemorizaba con la "amenaza judía".

Cuando se satisface la necesidad de pertenencia, las personas aceptan mejor a los exogrupos, informaron Mario Mikulincer y Phillip Shaver (2001). De modo subliminal, ellos presentaron a algunos estudiantes israelíes palabras que fomentaran una sensación de pertenencia (*amor*, *apoyo*, *abrazo*) y mostraron a otros palabras neutrales. Después, los alumnos leyeron un ensayo supuestamente escrito por un colega judío y otro redactado por un alumno árabe. Al presentárseles palabras neutrales, los estudiantes israelíes valoraron el supuesto ensayo del estudiante judío como mejor que el supuesto ensayo del estudiante árabe. Cuando se les mostraron palabras a los participantes con una sensación de pertenencia, el sesgo desapareció.

"Al estimular la emulación y las comparaciones de superioridad, se establecen las bases de un daño perdurable; se logra que hermanos y hermanas se odien entre sí".

—Samuel Johnson, citado en *La vida de Samuel Johnson,* de James Boswell, 1791

gestión del terror
De acuerdo con la teoría de la gestión del terror, las respuestas emocionales y cognitivas de autoprotección de las personas (incluyendo el adherirse a las cosmovisiones y prejuicios culturales propios) aumentan al verse confrontadas por los recordatorios de su mortalidad.

MOTIVACIÓN A EVITAR EL PREJUICIO

Las motivaciones no solo conducen a las personas a sentir prejuicios, sino también a evitarlos. Pero sin importar lo mucho que tratemos de suprimir pensamientos indeseados, acerca de comida, de un romance con la pareja de alguna amistad, críticas hacia otros grupos, hay ocasiones en que se niegan a desaparecer (Macrae et al., 1994; Wegner y Erber, 1992). Esto es cierto de manera especial en el caso de adultos mayores y de personas bajo la influencia del alcohol que pierden

parte de su capacidad para inhibir pensamientos indeseados y, por ende, de suprimir viejos estereotipos (Bartholow et al., 2006; von Hippel et al., 2000). Patricia Devine y sus colaboradores (1989, 2012; Forscher et al., 2015) informaron que las personas con prejuicios bajos y elevados en ocasiones daban respuestas prejuiciosas automáticas (involuntarias). El resultado: es frecuente que persistan los pensamientos y sentimientos (disonantes) indeseados. Romper el hábito del prejuicio no es nada fácil.

En la vida real, el que la persona perteneciente a una mayoría se tope con una que pertenece a una minoría puede provocar un estereotipo reflejo. Aquellos con actitudes de aceptación y aquellos con actitudes desaprobadoras hacia los homosexuales quizá se sientan igual de incómodos sentados junto a un hombre gay en un autobús (Monteith, 1993). Al toparse con un hombre negro desconocido, las personas, incluso aquellas que se enorgullecen de no ser prejuiciosas, quizá respondan de manera desconfiada. Al no querer parecer prejuiciadas, es posible que desvíen la atención de la persona (Richeson y Trawalter, 2008).

Muchas empresas, como Google y Starbucks, han ofrecido capacitación sobre diversidad que tiene por meta hacer más conscientes a sus empleados de sus sesgos reflejos inadvertidos.

No obstante, los investigadores que estudian la estereotipia sostienen que las reacciones prejuiciosas no son inevitables (Crandall y Eshleman, 2003; Kunda y Spencer, 2003). La motivación a evitar los prejuicios puede llevar a las personas a modificar sus pensamientos y acciones. Conscientes de la brecha entre cómo *deberían* sentirse y cómo se sienten *en realidad*, las personas inseguras se sentirán culpables y tratarán de inhibir sus respuestas prejuiciosas (Bodenhausen y Macrae, 1998; Dasgupta y Rivera, 2006; Zuwerink et al., 1996). Incluso disminuyen los prejuicios involuntarios, señalan Devine y colaboradores (2005), cuando la motivación de las personas a evitar sus prejuicios es interna (porque creen que los prejuicios son incorrectos) más que externa (porque no quieren que los demás piensen mal de ellos).

La moraleja: superar lo que Devine llama "el hábito del prejuicio" no es fácil. Pero sí puede hacerse. Un equipo de 24 investigadores sostuvo un "concurso de investigaciones" que comparó 17 intervenciones para reducir el prejuicio involuntario entre más de 17 000 individuos (Lai et al., 2014). Ocho de las intervenciones resultaron eficaces, en especial cuando se les proporcionaban experiencias con ejemplos vívidos y positivos de personas negras que se oponían a los estereotipos. Una técnica similar, con personas que fueron de puerta en puerta para sostener conversaciones imparciales durante 10 minutos, también sirvió para reducir los prejuicios en contra de individuos transgénero (Broockman y Kalla, 2016). En otro estudio, Devine y sus colegas (2012) aumentaron la conciencia y preocupación de voluntarios dispuestos y los capacitaron para que reemplazaran sus respuestas sesgadas reflejas con respuestas reflejas carentes de sesgos. A lo largo del periodo de seguimiento de dos años, los participantes en la condición de intervención experimental mostraron una reducción en sus prejuicios implícitos. Si usted se encuentra reaccionando con presuposiciones o sentimientos reflejos, no se desanime; no es nada inusual. Lo que importa es lo que haga con esa conciencia. ¿Permite que esos sentimientos se apoderen de su comportamiento? ¿O compensa vigilando y corrigiendo sus conductas en situaciones futuras?

EN RESUMEN: ¿Cuáles son las fuentes motivacionales del prejuicio?

- Las motivaciones de las personas afectan sus prejuicios. La frustración genera hostilidad, que las personas en ocasiones descargan contra chivos expiatorios y que en otras ocasiones expresan de manera más directa en contra de grupos en competencia.
- Las personas también están motivadas a considerarse a sí mismas y a sus grupos como superiores a otros grupos. Incluso las membresías grupales triviales pueden conducir a las personas a favorecer a sus grupos por encima de otros. Una amenaza a la autoimagen potencia este tipo de favoritismo *endogrupal*, como también sucede con la necesidad de pertenencia.
- En un sentido más positivo, si las personas se sienten motivadas a evitarlo, pueden romper el hábito del prejuicio.

¿CUÁLES SON LAS FUENTES COGNITIVAS DEL PREJUICIO?

Describa las diferentes fuentes cognitivas del prejuicio.

¿De qué manera la forma en que pensamos sobre el mundo influye en nuestros estereotipos? ¿Y cómo es que nuestros estereotipos afectan nuestros juicios cotidianos? Las creencias estereotipadas y actitudes prejuiciadas existen no solo a causa de la educación o porque desplazan hostilidades, sino también como subproductos de los procesos de pensamiento normales. Los estereotipos surgen menos por malicia de corazón que por la maquinaria de la mente. Al igual que las ilusiones perceptuales, que son subproductos de nuestros trucos para interpretar al mundo, los estereotipos pueden ser subproductos de los modos en que simplificamos nuestros mundos complejos.

CATEGORIZACIÓN: CLASIFICACIÓN DE PERSONAS EN GRUPOS

Una de las maneras en que simplificamos el mundo es a través de la *categorización*; organizamos al mundo acumulando objetos en grupos (Macrae y Bodenhausen, 2000, 2001). Un biólogo cataloga plantas y animales. Los seres humanos clasificamos personas. Después de hacerlo, nos es más fácil pensar en ellas. Si las personas de un grupo comparten algunas semejanzas, si la mayoría de los miembros de MENSA son inteligentes, y la mayoría de los jugadores de basquetbol son altos, conocer sus membresías de grupo puede darnos información útil con un mínimo de esfuerzo (Macrae et al., 1994). En ocasiones, los estereotipos ofrecen "una proporción benéfica de la información obtenida contra el esfuerzo realizado" (Sherman et al., 1998). Los estereotipos representan una eficiencia cognitiva. Son esquemas ahorradores de energía para hacer juicios veloces y predecir la manera en que otras personas pensarán y actuarán. Juzgamos a las personas provenientes de exogrupos con velocidad; al evaluar a los miembros individuales de nuestro endogrupo, nos tomamos más tiempo para formarnos una impresión (Vala et al., 2012). Así, es posible que los estereotipos y los sesgos exogrupales hayan tenido funciones evolutivas que les permitían a nuestros ancestros manejar situaciones y sobrevivir (Navarrete et al., 2010).

Categorización espontánea

Nos es fácil y eficaz en especial depender de los estereotipos cuando estamos:

- bajo presiones de tiempo (Kaplan et al., 1993);
- distraídos (Gilbert y Hixon, 1991);
- cansados (Bodenhausen, 1990; Ghumman y Barnes, 2013), o;
- emocionalmente estimulados (Esses et al., 1993b; Stroessner y Mackie, 1993).

La etnicidad y el sexo son maneras eficaces de categorizar personas. Imagine a Julius, un agente de bienes raíces, afroestadounidense, de 45 años de edad, quien vive en Atlanta. Sospechamos que su imagen de "hombre negro" predominará por encima de las categorías "de mediana edad", "empresario" y "sureño estadounidense".

Diversos experimentos exponen nuestra categorización veloz y espontánea de personas según su raza. De modo muy similar a la forma en que organizamos lo que en realidad es un continuo de colores que percibimos como colores bien diferenciados como rojo, azul y verde, nuestras "mentes discontinuas" (Dawkins, 1993) no pueden resistir categorizar a las personas en grupos. Etiquetamos a personas de ascendencia ampliamente variable como "negros" o "blancos", como si dichas categorías fuesen cuestión de blanco y negro. En sí misma, tal clasificación no es prejuiciosa, pero sí proporciona la base para el prejuicio.

Semejanzas y diferencias percibidas

Imagine los siguientes objetos: manzanas, sillas, lápices.

Existe una poderosa tendencia a ver los objetos dentro de un grupo como más uniformes de lo que son en realidad. ¿Todas sus manzanas fueron rojas? ¿Todas sus sillas de respaldo recto? ¿Todos sus lápices amarillos? Una vez que clasificamos dos días como pertenecientes a un mismo mes, parecen más parecidos, en términos de temperatura, que el mismo intervalo en distintos meses. Las personas predicen la diferencia promedio de temperatura de ocho días entre, digamos, el 15

y el 23 de noviembre, como menor que la diferencia promedio de ocho días entre el 30 de noviembre y el 8 de diciembre (Krueger y Clement, 1994a).

efecto de homogeneidad del exogrupo
La percepción de los miembros del exogrupo como más semejantes entre sí de lo que son los miembros del endogrupo. Por ende, "ellos son parecidos; nosotros somos diversos".

Lo mismo sucede con las personas. Cuando las asignamos a grupos, atletas, estudiantes de teatro, maestros de matemáticas, lo más probable es que exageremos las semejanzas dentro de los grupos y las diferencias entre ellos (S. E. Taylor, 1981; Wilder, 1978). Suponemos que otras asociaciones son más homogéneas que las nuestras. La mera división en grupos puede crear un **efecto de homogeneidad del exogrupo**; la idea de que *ellos* son "todos iguales" y diferentes de "nosotros" y de "nuestro" grupo (Ostrom y Sedikides, 1992). Considere:

- Muchos no europeos ven a los suizos como un pueblo relativamente homogéneo. Pero, para las personas provenientes de Suiza, ellos son diversos e integran grupos que incluyen a miembros que hablan francés, alemán, italiano y romanche.
- Muchos estadounidenses no latinos juntan a todos los latinos en un mismo grupo. Los estadounidenses de origen mexicano, cubano y portorriqueño, entre otros, ven diferencias importantes (Huddy y Virtanen, 1995).
- Las integrantes de un grupo femenil estudiantil perciben a los miembros de cualquier otro como menos diversos que los del suyo propio (Park y Rothbart, 1982).

"Las mujeres se parecen más entre sí que los hombres".
—Lord (no Lady) Chesterfield

En general, mientras más familiarizados estemos con un grupo social, más podremos ver su diversidad (Brown y Wootton-Millward, 1993; Linville et al., 1989). Mientras menor sea nuestra familiaridad con él, más estereotiparemos.

Quizá lo haya notado: *ellos*, los miembros de cualquier grupo racial distinto al nuestro, incluso se *parecen*. Muchas personas recuerdan haberse puesto en vergüenza al confundir a dos personas de otro grupo racial, lo que impulsa a la persona confundida a decir, "Usted cree que todos nos parecemos". Algunos experimentos en Estados Unidos, Escocia y Alemania revelan que, de hecho, las personas de otras razas *parecen* más similares de lo que son las personas de nuestra propia raza (Chance y Goldstein, 1981, 1996; Ellis, 1981; Meissner y Brigham, 2001; Sporer y Horry, 2011). Cuando a los alumnos blancos se les muestran los rostros de algunos individuos blancos y algunos individuos negros y después se les pide que escojan a dichas personas de entre un grupo de fotografías, muestran un **sesgo de raza propia**: reconocen los rostros blancos con mayor precisión que los negros y es frecuente que reconozcan rostros negros que jamás conocieron antes (sin embargo, sí existen las diferencias individuales, y algunas personas no muestran un sesgo de raza propia mientras que otros tienen una incapacidad extrema para reconocer rostros de otra raza [Wan et al., 2017]).

sesgo de raza propia
La tendencia que tienen las personas a reconocer rostros de su misma raza con mayor precisión (también llamado *efecto de raza cruzada* o *efecto de otra raza).*

Como lo muestra la **figura 9.4**, los negros reconocen a otro negro con mayor facilidad de lo que lo hacen con un blanco (Bothwell et al., 1989). Los hispanos, negros y asiáticos reconocen rostros de personas de sus propias razas con mayor facilidad de lo que lo hacen con personas de otras razas (Gross, 2009). De la misma manera, los surasiáticos británicos reconocen caras surasiáticas con mayor rapidez que los británicos blancos (Walker y Hewstone, 2008). Y los niños turcos de entre 10 y 15 años de edad pueden reconocer rostros turcos más rápido que los niños australianos (Sporer et al., 2007). Incluso lactantes de apenas nueve meses de edad muestran un mejor reconocimiento de rostros de su propia raza (Kelly et al., 2005, 2007; Sugden y Marquis, 2017).

Para un caricaturista humano, todos los pingüinos son iguales. Para un pingüino, todos son diferentes.
©Dave Coverly. Speedbump.com

No es que no podamos percibir las diferencias entre las caras de otro grupo. Más bien, al ver un rostro de otro grupo racial, es frecuente que prestemos atención primero al grupo ("ese hombre es negro") que a los rasgos individuales. Al ver a alguien proveniente de nuestro mismo grupo prestamos menos atención a la categoría de raza y más a los detalles individuales como los ojos (Kawakami et al., 2014; Shriver et al., 2008; Van Bavel y Cunningham, 2012; Young et al., 2010).

El que nos percatemos de que alguien pertenece a una categoría social distinta también contribuye a un *sesgo de edad propia*: la tendencia que tienen tanto niños como adultos a identificar rostros de sus propios grupos etarios con mayor precisión (He et al., 2011; Rhodes y Anastasi, 2012; Wright y Stroud, 2002). (¿Será posible que haya notado que los adultos mayores se parecen más entre sí que sus compañeros de clase?).

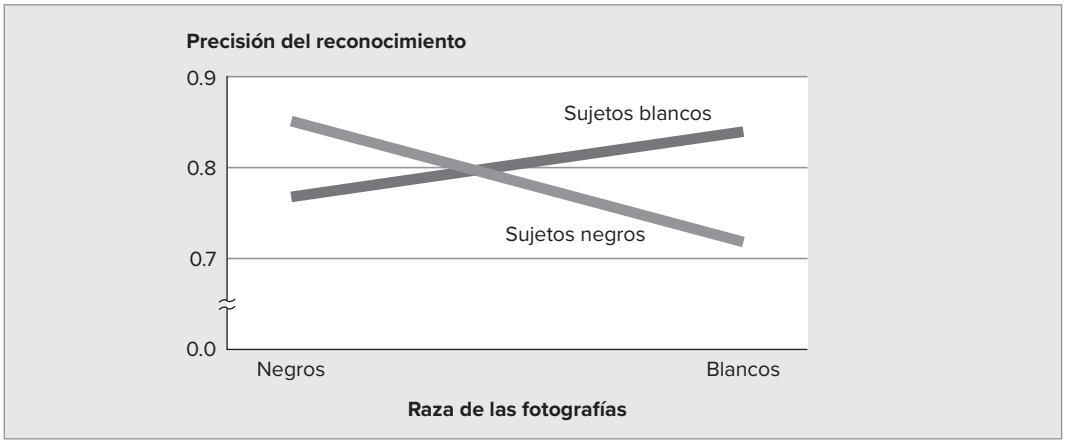


FIGURA 9.4
Sesgo de raza propia
Los sujetos blancos reconocen los rostros blancos en forma más precisa que los rostros negros; los sujetos negros reconocen los rostros negros de manera más precisa que los rostros blancos.
Fuente: Devine y Malpass, 1985.

SINGULARIDAD: PERCEPCIÓN DE PERSONAS QUE SE HACEN NOTAR

Existen otras maneras en que nuestras percepciones sociales normales generan estereotipos. Las personas únicas y los sucesos vívidos o extremos a menudo capturan la atención y distorsionan nuestro juicio.

Personas peculiares

¿Alguna vez se ha encontrado en una situación en la que era la única persona de su género, raza o nacionalidad? En tal caso, su diferencia respecto de los otros tal vez la haya hecho más reconocible y objeto de mayor atención. Una persona negra en un grupo conformado por blancos, un hombre en un grupo constituido por mujeres o una mujer en un grupo compuesto por hombres parece más prominente e influyente, así como con cualidades buenas y malas a un grado exagerado (Crocker y McGraw, 1984; S. E. Taylor et al., 1979). Cuando se destaca a una persona dentro de un grupo, tendemos a ver a esa persona como la causante de lo que sea que suceda (Taylor y Fiske, 1978). Si estamos posicionados para ver a Joe, incluso si Joe es un miembro promedio del grupo, parecerá que tiene una influencia superior al promedio sobre dicho grupo.

¿Alguna vez ha notado que las personas también lo definen según sus rasgos y comportamientos peculiares? Cuénteles a las personas acerca de alguien que es paracaidista y jugador de tenis, informan Lori Nelson y Dale Miller (1995), y pensarán en la persona como paracaidista. Si se les pide que elijan un libro que regalarle a la persona, elegirán un libro acerca del paracaidismo antes que un libro acerca del tenis. Una persona que haya comprado una serpiente y un perro como mascotas se considera más como dueño de una serpiente que como dueño de un perro.

Ellen Langer y Lois Imber (1980) inteligentemente demostraron la atención que se presta a las personas peculiares. Les pidieron a estudiantes de Harvard que vieran un video de un hombre mientras leía. Los estudiantes prestaron más atención cuando se les hizo pensar que era alguien fuera de lo común; un paciente con cáncer, un homosexual, un millonario. Notaron características que otros habían ignorado y su valoración del hombre fue más extrema. Aquellos que pensaron que el hombre era un enfermo de cáncer notaron características faciales y movimientos corporales distintivos y, por ende, lo percibieron como "distinto a la mayoría de las personas" a diferencia de los demás observadores. La atención adicional que les prestamos a las personas singulares crea la ilusión de que son diferentes de los demás en un mayor grado de lo que son en realidad. Si las personas pensaran que usted tiene un CI de genio, es probable que notaran cosas de usted que de otro modo pasarían inadvertidas.

LA SINGULARIDAD ALIMENTA LA COHIBICIÓN Al verse rodeados de blancos, hay veces en que los negros pueden percibir que las personas están reaccionando a su singularidad. Muchos han informado que se les ve fijamente o con enojo, que son víctimas de comentarios insensibles y que reciben un mal trato (Swim et al., 1998). Los blancos, al verse solos entre miembros de una raza diferente, también pueden sensibilizarse a las reacciones de los demás. Sin embargo,

hay ocasiones en que percibimos de modo erróneo que los demás están reaccionando a nuestra singularidad. Los investigadores Robert Kleck y Angelo Strenta (1980) descubrieron esto último cuando hicieron que algunas mujeres de la Universidad de Dartmouth se sintieran desfiguradas. Las mujeres pensaban que el propósito del experimento era evaluar la manera en que alguien reaccionaría a una cicatriz facial creada con maquillaje teatral; la cicatriz correría por sus rostros desde una oreja hasta la orilla de la cara. En realidad, el propósito era ver cómo las mujeres mismas, al hacerlas sentirse inusuales, percibirían el comportamiento de otros hacia ellas. Después de aplicar el maquillaje, el experimentador le dio a cada mujer un pequeño espejo de mano para que pudiera observar la cicatriz de aspecto realista. Al bajar el espejo, el investigador aplicaba un "humectante" que "evitaría que el maquillaje se cuarteara". En realidad, lo que hacía el "humectante" era eliminar la cicatriz.

Las escenas siguientes fueron conmovedoras. Una joven, sintiéndose muy acomplejada por su rostro supuestamente desfigurado, estaba hablando con otra mujer que no estaba percibiendo dicha desfiguración y que no tenía la más mínima idea de lo que había sucedido antes. Si usted alguna vez se ha sentido así, quizá en relación con alguna discapacidad física, acné o, incluso, solo por tener un día malo con su cabello, quizá pueda conmiserarse con la joven acomplejada. En comparación con aquellas mujeres a quienes se les hizo pensar que sus interlocutoras pensaban que tenían una alergia, las mujeres "desfiguradas" se sensibilizaron de manera extrema a la forma en que se les estaba mirando. Calificaron a sus interlocutoras como más tensas, distantes y condescendientes. Observadores que más tarde analizaron cintas con respecto al modo en que las interlocutoras habían tratado a las mujeres supuestamente desfiguradas no pudieron encontrar estas diferencias en su trato. Al sentirse acomplejadas por ser diferentes, las mujeres "desfiguradas" habían malinterpretado los gestos y comentarios que de otra forma no hubieran notado.

Así, las interacciones cohibidas entre una persona proveniente de una mayoría y otra proveniente de una minoría pueden sentirse tensas aunque ambas personas tengan las mejores de las intenciones (Devine et al., 1996). Tom, que se sabe es gay, conoce a Bill, que es un heterosexual tolerante que quiere responder sin prejuicios. Pero al sentirse inseguro de sí mismo, Bill se porta un poco reticente. Tom, al esperar una actitud negativa de parte de la mayoría de las personas, malinterpreta la reticencia de Bill como hostilidad y responde a la defensiva.

Cualquiera puede experimentar este fenómeno. Los miembros de grupos mayoritarios (en un estudio, residentes blancos de Manitoba) con frecuencia tienen creencias, "metaestereotipos", relacionados con la manera en que las minorías los estereotipan (Vorauer et al., 1998). Incluso los blancos canadienses, judíos israelíes o cristianos estadounidenses, quienes se encuentran relativamente libres de prejuicios, pueden tener la sensación de que las minorías exogrupales los estereotipan como prejuiciosos, arrogantes o condescendientes. Si George se preocupa de que Gamal lo perciba como "el típico racista educado" es posible que de manera inconsciente esté a la defensiva cuando hable con Gamal.

CASOS DESTACADOS Nuestras mentes también pueden utilizar casos destacados como simplificaciones para juzgar a otros grupos. ¿Los japoneses son buenos jugadores de béisbol? "Pues están Ichiro Suzuki, Hideki Matsui y Yu Darvish, de modo que supongo que sí". Observe el proceso de pensamiento que está operando en este caso: dada la experiencia limitada con un grupo social particular, recordamos ejemplos de este y generalizamos a partir de ellos (Sherman, 1996). Además, toparnos con un ejemplo de un estereotipo negativo (por ejemplo, con una persona negra hostil) puede presentar el estereotipo, conduciendo a algunas personas a minimizar su contacto con el grupo (Henderson-King y Nisbett, 1996).

Estas generalizaciones a partir de un solo caso pueden ocasionar problemas. Los casos destacables, aunque se encuentran más disponibles en nuestros recuerdos, rara vez representan la generalidad del grupo. Los atletas excepcionales, aunque singulares y memorables, no son la mejor base para juzgar la distribución del talento atlético entre la totalidad de un grupo.

Las personas que pertenecen a una minoría, al ser más singulares, también pueden sobreestimarse en términos numéricos por parte de la mayoría. ¿Qué proporción de la población de su país consideraría usted que es musulmana? Es frecuente que las personas provenientes de países no musulmanes sobreestimen la proporción.

Considere una encuesta de Gallup del 2011, en la que el estadounidense promedio supuso que 25% de las personas son exclusivamente homosexuales (Morales, 2011). La mejor evidencia disponible sugiere que menos de 4% de la población tiene una orientación homosexual (Chandra et al., 2011; Gates, 2017; Herbenick et al., 2010).

Myron Rothbart y colaboradores (1978) mostraron cómo es que los casos destacados pueden generar estereotipos. Les pidieron a estudiantes de la Universidad de Oregón que observaran 50 diapositivas, cada una de las cuales indicaba la estatura de un hombre. A un grupo de alumnos se les dijo que 10 de los hombres estaban un poco por encima de los 1.83 metros (hasta 1.93 metros) de estatura. A otro grupo de alumnos se les dijo que 10 hombres estaban muy por encima de los 1.83 metros de estatura (hasta 2.10 metros). Cuando, más tarde, se les preguntó cuántos de los hombres medían más de 1.83 metros de estatura, aquellos a los que se les informó de los ejemplos altos de manera moderada recordaron 5% de más. Aquellos a los que se les dijo de los ejemplos extremadamente altos, recordaron 50% más. En un experimento de seguimiento, unos estudiantes leyeron las descripciones de las acciones de 50 hombres, 10 de los cuales habían cometido delitos no violentos tales como falsificación, o crímenes violentos, como violación. De aquellos a los que se les mostró la lista con los delitos violentos, la mayoría sobreestimó el número de actos criminales. Los casos sobresalientes distorsionan los juicios y crean estereotipos.

¿Qué porcentaje de la población de Estados Unidos cree usted que sea musulmana? En promedio, los estadounidenses creen que es de cerca de 15% pero, en realidad, solo alrededor de 1% de la población de Estados Unidos es musulmana.
©Rawpixel.com/Shutterstock

Los sucesos singulares fomentan correlaciones ilusorias

Los estereotipos presuponen una correlación entre la membresía a un grupo y las supuestas características de los individuos ("Los italianos son emotivos", "Los judíos son astutos", "Los contadores son perfeccionistas"). A menudo, los estereotipos de las personas son correctos (Jussim, 2012). Pero hay ocasiones en que la atención a sucesos inusuales crea correlaciones ilusorias. Debido a que somos sensibles a los sucesos peculiares, la coocurrencia de dos eventos de este tipo es en especial notable; más notable que cada una de las veces en que estos eventos inusuales *no* suceden al mismo tiempo.

En un experimento clásico, David Hamilton y Robert Gifford (1976) demostraron estas correlaciones ilusorias. Les mostraron a estudiantes diapositivas en que se decía que diversas personas, miembros del "Grupo A" o del "Grupo B" habían hecho algo deseable o indeseable. Por ejemplo, "John, un miembro del Grupo A, visitó a un amigo enfermo en el hospital". Hubo el doble de afirmaciones que describieron a los miembros del Grupo A que del Grupo B, pero ambos grupos hicieron nueve actos deseables por cada cuatro conductas indeseables. Dado que tanto el Grupo B como los actos indeseables fueron menos frecuentes, su coocurrencia, por ejemplo, "Allen, un miembro del Grupo B, golpeó la defensa de un auto estacionado y no dejó su información de contacto", se convirtió en una combinación inusual que llamó la atención de las personas. Por ello, los estudiantes sobreestimaron la frecuencia con la que el grupo "minoritario" (B) actuó de modo indeseable y lo juzgaron con mayor dureza.

Recuerde, había dos veces más miembros del Grupo A que del B y los miembros del B cometieron los actos indeseables en la misma *proporción* que los miembros del A. No solo eso, los estudiantes no tenían sesgos preexistentes ni a favor ni en contra del Grupo B y recibieron la información de manera más sistemática de lo que jamás la ofrece la experiencia cotidiana. Aunque los investigadores se preguntan por qué sucede, coinciden en que estas correlaciones ilusorias se presentan y proporcionan otra fuente más para la formación de estereotipos raciales (Berndsen et al., 2002). Así las características que más distinguen a una minoría de una mayoría serán aquellas con las que más se les asocia (Sherman et al., 2009). El grupo social o étnico al que pertenece podrá ser casi idéntico a los demás grupos, pero las personas notarán aquello en lo que difieren.

En algunos experimentos, incluso las coocurrencias únicas de un acto inusual hecho por alguien dentro de un grupo atípico ("Ben, quien es testigo de Jehová, tiene a un perezoso como mascota") pueden alojar correlaciones ilusorias en las mentes de las personas (Risen et al., 2007). Esto permite que los medios de comunicación alimenten las correlaciones ilusorias. Cuando una persona

que se describe a sí misma como homosexual asesina o abusa sexualmente de alguien, es frecuente que se mencione su homosexualidad. Cuando un heterosexual hace lo mismo, es raro que se mencione la orientación sexual de la persona. Esta manera de comunicar se añade a la ilusión de una mayor correlación entre (1) las tendencias violentas y (2) la homosexualidad u hospitalización psiquiátrica.

A diferencia de los estudiantes que juzgaron a los miembros de los grupos A y B, es frecuente que contemos con sesgos preexistentes. Las investigaciones adicionales de David Hamilton con Terrence Rose (1980) revelaron que nuestros estereotipos preexistentes nos pueden conducir a ver correlaciones inexistentes. Estos investigadores les pidieron a estudiantes de la Universidad de California en Santa Bárbara que leyeran oraciones en las que diversos adjetivos describían a miembros de distintos grupos ocupacionales ("Juan, quien es contador, es tímido y concienzudo"). En realidad, cada ocupación se describió en las mismas ocasiones con el mismo adjetivo; contadores, médicos y vendedores se describieron el mismo número de veces como tímidos, ricos y sociables. Sin embargo, los estudiantes *pensaron* que habían leído más descripciones de contadores tímidos, médicos ricos y vendedores sociables. Sus estereotipos los condujeron a percibir correlaciones que no existían en realidad, ayudando así a la perpetuación de los mismos estereotipos.

De la misma manera, adivine qué sucedió cuando Vaughn Becker y sus colaboradores (2010) invitaron a estudiantes universitarios a ver una cara blanca y una negra (una enojada y la otra no) por una décima de segundo (como se observa en la **figura 9.5**). Los recuerdos subsiguientes de los participantes de lo que habían visto reveló un sesgo racial. "El enojo blanco se traspasó a las caras negras neutrales (34% de probabilidades) con mayor facilidad de lo que el enojo negro se traspasó a caras blancas (19% de probabilidades)", informaron los investigadores.

ATRIBUCIÓN: ¿ES SOLO UNA PALABRA?

Al explicar las acciones de otros es frecuente que cometamos el error fundamental de atribución: atribuimos los comportamientos de otros a sus disposiciones internas a tal grado que no tomamos en cuenta las fuerzas situacionales importantes. En parte, el error sucede porque nuestra atención se centra en la persona, no en la situación. La raza o sexo de la persona son notables y llaman nuestra atención; las fuerzas situacionales que operan sobre dicha persona suelen ser menos visibles. Era frecuente que la esclavitud se pasara por alto como explicación del comportamiento de los esclavos; en lugar de ello, la conducta se atribuía a la naturaleza misma del esclavo.

Hasta hace poco, lo mismo sucedía con la manera en que se explicaban las diferencias percibidas entre hombres y mujeres. Debido a que las limitaciones del rol de género eran difíciles de percibir, los comportamientos de hombres y mujeres se atribuían exclusivamente a sus presuntas características innatas. Mientras las personas más asumen que los rasgos humanos son características fijas, más fuertes son sus estereotipos y mayor su aceptación de las desigualdades raciales (Levy et al., 1998; Williams y Eberhardt, 2008).

FIGURA 9.5

Los sesgos endogrupales influyen en las percepciones. Al mostrar dos rostros de manera breve, uno neutral y el otro enojado, es más frecuente que las personas recuerden incorrectamente que la cara negra era la enojada (Becker et al., 2010).

(izquierda): ©Paul Burns/Getty Images; (derecha): ©Cordelia Molloy/Science Source

Sesgo a favor del grupo

Thomas Pettigrew (1979, 1980) mostró la manera en que el error de atribución sesga las explicaciones de las personas acerca del comportamiento de los miembros de un grupo. A los miembros de nuestro propio grupo les concedemos el beneficio de la duda: "Hizo una donación porque es buena de corazón; no donó porque está usando cada centavo que tiene para ayudar a mantener a su mamá". Al explicar las acciones de los miembros de otros grupos, es más frecuente que supongamos lo peor: "Hizo una donación para quedar bien; se negó a donar porque es egoísta". En un estudio clásico, el ligero empujón que los blancos percibieron como mero "jugueteo" cuando fue de otro blanco, se interpretó como "ademán violento" cuando fue de un negro (Duncan, 1976).

Los comportamientos positivos de los miembros del exogrupo se descartan con mayor frecuencia. También es posible que se vean como "caso especial" ("No queda la menor duda

de que es inteligente y trabajador; para nada como los demás..."), como producto de la suerte o de otra ventaja especial ("Quizá la aceptaron porque la escuela de medicina tenía que llenar su cuota de mujeres que solicitaron la vacante"), como algo obligado por la situación ("En esas circunstancias, ¿qué otra opción tuvo ese escocés ordinario más que pagar la cuenta completa?") o como atribuible a un esfuerzo adicional ("Es que los estudiantes asiáticos obtienen mejores calificaciones porque son compulsivos").

Los grupos desaventajados y aquellos que destacan la modestia (como los chinos) exhiben un menor **sesgo a favor del grupo** de este tipo (Fletcher y Ward, 1989; Heine y Lehman, 1997; Jackson et al., 1993). En contraste, los grupos no moderados adornados con su propia grandeza reaccionan a las amenazas por medio de este sesgo a favor del grupo y hostilidad (de Zavala et al., 2013). Las psicólogas sociales Jacquie Vorauer y Stacey Sasaki (2010, 2011) señalan que el enfoque del multiculturalismo en las diferencias, que puede ser positivo en ausencia de conflicto (lo que hace que los intercambios intergrupales parezcan interesantes y estimulantes), en ocasiones puede representar un costo importante. En los casos en que hay conflicto o amenaza, este enfoque en las diferencias puede fomentar atribuciones a nivel grupal y una hostilidad aumentada.

El sesgo en beneficio del grupo puede matizar nuestro lenguaje de manera sutil. Un equipo de investigadores de la Universidad de Padua (en Italia) conducidos por Anne Maass (Maass, 1999; Maass et al., 1995) encontró que los comportamientos positivos que lleva a cabo otro miembro del endogrupo a menudo se describen como características generales (por ejemplo, "Karen es servicial"). Cuando los lleva a cabo el miembro de un exogrupo, el mismo comportamiento a menudo se describe como un acto específico y aislado ("Carmen detuvo la puerta para el viejecito que llevaba bastón"). En el caso de los comportamientos negativos, sucede lo contrario: "Eric la empujó" (acto aislado de uno de los miembros del endogrupo) pero "Enrique es agresivo" (característica general de uno de los miembros del exogrupo).

Ya antes señalamos que culpar a la víctima puede justificar la superioridad del propio estatus de quien culpabiliza (vea el **cuadro 9.1**). La culpabilización sucede cuando se atribuyen los fracasos del exogrupo a sus características personales defectuosas, señala Miles Hewstone (1990): "Ellos fracasan porque son tontos; nosotros fracasamos porque no hicimos el intento". Si mujeres, negros, o judíos han sido víctimas de abuso, deben habérselo buscado de alguna manera. Cuando los británicos hicieron que un grupo de ciudadanos alemanes caminaran por el campo de concentración de Bergen-Belsen al término de la Segunda Guerra Mundial, uno de los alemanes afirmó: "Qué crímenes tan terribles deben haber cometido estos prisioneros como para recibir este trato" (este sesgo a favor del grupo ilustra las motivaciones que subyacen al prejuicio, así como la cognición. Motivación y cognición, emoción y pensamiento, son inseparables).

sesgo a favor del grupo
Justificar los comportamientos positivos de los miembros del exogrupo; también, atribuir comportamientos negativos a sus disposiciones (mientras que se excusan estos comportamientos dentro del propio grupo).

"Ya que, si [las personas] eligieran de entre todas las costumbres del mundo aquellas que les parecieran mejores, examinarían todas y terminarían prefiriendo las suyas".
—Heródoto, historiador griego, *Historias,* Libro III, 440 a. C.

El fenómeno del mundo justo

En una famosa serie de experimentos, Melvin Lerner y sus colaboradores (Lerner, 1980; Lerner y Miller, 1978) descubrieron que la mera *observación* de la victimización de una persona inocente basta para hacer que la víctima parezca menos digna.

Lerner (1980) observó que esta desacreditación de las desafortunadas víctimas era el resultado de la necesidad de creer que "soy una persona justa que vive en un mundo justo; un mundo en el que las personas obtienen lo que se merecen". Argumenta que desde la más temprana infancia se nos enseña que el bien recibe recompensa y el mal recibe un castigo. El trabajo arduo y la virtud

La ilustración clásica de la "creencia en un mundo justo" proviene del Antiguo Testamento; Job era un hombre bueno al que le sucedieron diversas desgracias, pero sus amistades, al suponer que se encontraban en un mundo justo, supusieron que Job debía haber hecho algo terrible para que tales sufrimientos cayeran sobre su cabeza.

Cuadro 9.1 Cómo las identidades sociales que mejoran la del propio grupo sustentan los estereotipos

	Endogrupal	Exogrupal
Actitud	Favoritismo	Denigración
Percepciones	Heterogeneidad (diferimos)	Homogeneidad (se parecen)
Atribuciones para el comportamiento negativo	A las situaciones	A características personales

Fenómeno del mundo justo.
©Robert Mankoff. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

generan dividendos; la pereza y la inmoralidad, no. Desde ese punto no falta más que un pequeño salto para suponer que las personas que triunfan deben ser buenas y las que sufren deben merecer lo que les sucede.

Diversos estudios han confirmado este **fenómeno del mundo justo** (Hafer y Rubel, 2015). Imagine que usted, junto con otras personas, están participando en uno de los estudios de Lerner; supuestamente acerca de la percepción de señales emocionales (Lerner y Simmons, 1966). Por medio de una lotería, se selecciona a uno de los participantes (un cómplice del experimentador) que debe llevar a cabo una tarea de memoria. Esta persona recibe choques eléctricos dolorosos siempre que da una respuesta incorrecta. Usted y los demás deben advertir sus respuestas emocionales.

Después de ver que la víctima recibe estos choques eléctricos en apariencia dolorosos, el experimentador le pide a usted que la valore. ¿Cómo respondería? ¿Con simpatía y compasión? Eso esperaríamos. Como escribió Ralph Waldo Emerson: "Es imposible deshonrar al mártir". Pero, por el contrario, en estos experimentos *sí* se deshonra al mártir. Cuando los observadores eran incapaces de alterar el destino de las víctimas, era frecuente que las rechazaran y devaluaran. Juvenal, el satírico romano, anticipó estos resultados: "La muchedumbre romana persigue a la Fortuna... y detesta a aquellos a quienes ha condenado". Y mientras es más continuo el sufrimiento, como en el caso de los judíos, incluso después del Holocausto, es mayor el desagrado por las víctimas (Imhoff y Banse, 2009).

fenómeno del mundo justo
La tendencia de las personas a creer que el mundo es justo y que, por ende, a las personas les sucede lo que se merecen y que merecen aquello que les sucede.

Linda Carli y sus colaboradores (1989, 1999) informaron que el fenómeno del mundo justo matiza nuestras impresiones de las víctimas de la violación. Carli pidió que diferentes personas leyeran descripciones detalladas de interacciones entre hombres y mujeres. En uno de los casos, una mujer y su jefe se reúnen para cenar, van a casa del jefe y cada uno bebe una copa de vino. Algunos leyeron esta escena con un final feliz: "Me llevó hasta el sofá. Tomó mi mano y me pidió que me casara con él". En retrospectiva, a las personas se les hizo poco sorprendente el final y admiraron los rasgos de carácter del hombre y de la mujer. Otras personas leyeron la misma escena con un final terrible: "Pero empezó a comportarse bruscamente y me empujó hacia el sillón, me sostuvo contra este, y me violó". Al leer este final, las personas indicaron que la violación era inevitable y responsabilizaron a la mujer por el comportamiento provocador que parece libre de toda culpa en el primer escenario.

Esta línea de investigación sugiere que las personas son indiferentes a las injusticias sociales no porque no les importe la justicia, sino porque no perciben injusticia alguna. Aquellos que suponen que el mundo es justo creen que:

- las víctimas de una violación deben haberse portado de manera seductora (Borgida y Brekke, 1985),
- las esposas golpeadas deben haber provocado la golpiza (Summers y Feldman, 1984),
- las personas pobres no merecen nada mejor (Furnham y Gunter, 1984),
- las personas enfermas son responsables de sus enfermedades (Gruman y Sloan, 1983),
- los adolescentes a quienes acosan en línea se lo tienen merecido (Chapin y Coleman, 2017).

"Si careces de un trabajo y no eres rico, ¡cúlpate a ti mismo!"
—Herman Cain, candidato a la presidencia de Estados Unidos, en una entrevista con *The Wall Street Journal,* 5 de octubre de 2011.

Estas creencias permiten que las personas exitosas se tranquilicen en cuanto a que ellas también merecen lo que tienen. Las personas ricas y saludables pueden ver su propia fortuna, como el infortunio de los demás, como algo justamente merecido. Vincular la buena suerte con virtud y la mala suerte con fracaso moral permite que los afortunados se sientan orgullosos y descarguen su responsabilidad por las personas menos afortunadas. Pero, del lado positivo, creer que el mundo es justo también nos motiva a invertir nuestras energías en metas de largo plazo (Hafer y Sutton, 2016).

Las personas detestan a los perdedores aun cuando la mala fortuna del perdedor proviene sustancialmente de su mala suerte. Los niños, por ejemplo, tienden a considerar que los otros afortunados, como aquellos que encuentran dinero en las aceras, tienen mayores probabilidades que los niños desafortunados de hacer cosas buenas y de ser personas agradables (Olson et al., 2008). Los adultos *saben* que los resultados de los juegos de azar no se deben a más que buena o mala suerte y que eso no debería afectar su valoración del jugador. De todos modos, no pueden resistirse a juzgar a los demás según sus resultados. Al ignorar el hecho de que las decisiones razonables pueden acarrear resultados negativos, juzgan a los que pierden como menos competentes (Baron y Hershey, 1988). Los abogados y corredores de bolsa también pueden juzgarse a sí mismos según sus resultados, sintiéndose satisfechos después de sus éxitos y reprochándose por sus fracasos. El talento y la iniciativa son importantes. Pero las suposiciones de un mundo justo no toman en cuenta los factores incontrolables que pueden descarrilar los buenos esfuerzos de las personas más talentosas.

El pensamiento de un mundo justo también conduce a las personas a justificar los sistemas sociales familiares de su cultura (Jost et al., 2009; Kay et al., 2009; Osborne y Sibley, 2013). Desde la infancia y en adelante, la manera en que son las cosas, estamos inclinados a pensar, es la forma en que son y deben ser, en términos esenciales (Brescoll et al., 2013; Hussak y Cimpian, 2015). Este conservadurismo natural hace que resulte difícil aprobar nuevas políticas sociales, como leyes de derecho al voto o reformas hacendarias o del sistema de salud. Pero una vez que existe una nueva política, nuestra justificación de sistema se esfuerza por conservarla. Así, en términos generales, los canadienses aprueban las políticas de su gobierno, como la atención sanitaria nacional, un estricto control de armas y la ausencia de la pena de muerte, mientras que, de la misma manera general, los estadounidenses apoyan las políticas distintas a las que están acostumbrados.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son las fuentes cognitivas del prejuicio?

- Investigaciones recientes muestran que el modo en que los estereotipos subyacen a los prejuicios es un subproducto de la forma en que pensamos: nuestra manera de simplificar al mundo. Agrupar a las personas en categorías exagera la uniformidad dentro de un grupo y las diferencias entre grupos.
- Un individuo singular, como una sola persona proveniente de una minoría, tiene una cualidad cautivadora que nos hace conscientes de las diferencias que de otra forma pasarían inadvertidas. La ocurrencia de dos sucesos distintivos (por ejemplo, el que una persona de una minoría cometa un delito inusual) ayuda a crear una correlación ilusoria entre la persona y el comportamiento. Atribuir las conductas de los demás a sus características de personalidad puede conducir a un *sesgo a favor del grupo*: asignar los comportamientos negativos de los miembros del exogrupo a sus características naturales y justificar sus comportamientos positivos.
- Culpar a la víctima proviene de la presuposición común de que, dado que este es *un mundo justo*, las personas obtienen lo que se merecen.

¿CUÁLES SON LAS CONSECUENCIAS DEL PREJUICIO?

Identifique y comprenda las consecuencias del prejuicio.

¿De qué manera los estereotipos crean su propia realidad? ¿De qué modo los prejuicios limitan el desempeño? El prejuicio tiene consecuencias así como causas.

JUICIOS PREVIOS QUE SE PERPETÚAN A SÍ MISMOS

El prejuicio implica juicios preconcebidos. Es inevitable que se den: ninguno de nosotros es un narrador desapasionado de los sucesos sociales que apuntan la evidencia a favor y en contra de nuestros sesgos. Y estos juicios antecedentes son importantes.

Los juicios previos guían nuestra atención y nuestros recuerdos. Las personas que aceptan los estereotipos de género con frecuencia tienen recuerdos erróneos de sus propias calificaciones escolares en formas consistentes con tales estereotipos. Por ejemplo, las mujeres a menudo recuerdan haber obtenido peores calificaciones en matemáticas y mejores calificaciones en artes de las que en realidad obtuvieron (Chatard et al., 2007).

Además, una vez que juzgamos que algo pertenece a una categoría tal como una raza o sexo en particular, nuestra memoria de lo mismo cambia después hacia las características que asociamos con dicha categoría. En un experimento, unos estudiantes belgas observaron una cara que tenía una mezcla de 70% rasgos de un hombre típico y 30% de los rasgos de una mujer típica (o viceversa). Más tarde, aquellos a los que se les mostró la cara 70% masculina recordaron haber visto un hombre (como se esperaría), pero recordaron dicha cara de manera errónea como más prototípicamente masculina; por ejemplo, como un rostro 80% masculino (Huart et al., 2005).

Los juicios previos se perpetúan a sí mismos. Siempre que el miembro de un grupo se comporta como se esperaba, notamos el hecho de modo puntual; nuestras creencias se ven confirmadas. Cuando un miembro del grupo viola nuestras expectativas, es posible que interpretemos o justifiquemos el comportamiento como ocasionado por circunstancias especiales (Crocker et al., 1983).

Quizá recuerde alguna ocasión en la que, sin importar lo mucho que se haya esforzado, no haya podido cambiar la opinión que alguien tenía de usted; cuando sus acciones se malinterpretaban sin importar lo que hiciera. Estas malas interpretaciones son probables cuando alguien *espera* tener un encuentro desagradable con usted (Wilder y Shapiro, 1989). William Ickes y sus colaboradores (1982) demostraron esto último en un experimento con pares de hombres universitarios. A medida que llegaban, los experimentadores advertían falsamente a uno de los miembros de cada par que la otra persona era "una de las personas *menos amistosas* con las que he hablado en los últimos tiempos". Se presentaba a los dos hombres y se les dejaba a solas por cinco minutos. A los estudiantes en una condición experimental diferente, se les hacía pensar que el otro participante era *amistoso* de modo inusual.

subtipificación
Incluir a aquellos individuos que se alejan de los propios estereotipos pensando en ellos como excepciones a la regla.

Cuando las personas rompen nuestros estereotipos, los salvamos creando un nuevo estereotipo de subgrupo, como en el caso de los "atletas mayores".
©Shih-Hao Liao/123RF

Aquellos que esperaban que fuera poco amistoso se desvivieron por portarse de manera amistosa y este comportamiento evocó una respuesta de calidez. Pero a diferencia de los estudiantes positivamente sesgados, el que esperaran toparse con una persona poco amistosa los condujo a atribuir esta calidez recíproca a su propio trato escrupuloso con la persona. Más tarde, expresaron una mayor desconfianza y un mayor desagrado por la persona y calificaron su comportamiento como menos amistoso. A pesar de la verdadera cordialidad de su pareja, este sesgo negativo indujo a los estudiantes a ver hostilidades ocultas bajo sus "sonrisas forzadas". Jamás lo hubieran visto si no lo hubiesen creído.

Sí advertimos la información que es notablemente inconsistente con un estereotipo, pero incluso esta información tiene un menor impacto del que podríamos esperar. Cuando nos centramos en un ejemplo atípico, podemos rescatar el estereotipo creando una nueva categoría de él (Brewer y Gaertner, 2004; Hewstone, 1994; Kunda y Oleson, 1995, 1997). La imagen positiva que los escolares británicos tienen de los amistosos oficiales de policía escolar (a quienes perciben como pertenecientes a una categoría especial) no mejora la imagen que tienen de los oficiales de policía en general (Hewstone et al., 1992). Esta **subtipificación** (ver a las personas que se desvían del estereotipo como excepciones) ayuda a mantener el estereotipo de que los oficiales de policía son poco amistosos y peligrosos. Las personas muy prejuiciosas tienden a subtipificar a los miembros *positivos* del exogrupo (considerándolos como excepciones atípicas); las personas con pocos prejuicios, subtipifican con más frecuencia a los miembros *negativos* del exogrupo (Riek et al., 2013).

Una manera diferente de incorporar la información inconsistente es establecer un nuevo estereotipo para aquellas personas que no se ajustan

al estereotipo original. Al reconocer que el estereotipo no se aplica a todos los que forman parte de una categoría, los dueños de casas que tienen vecinos negros "deseables" pueden crear un estereotipo nuevo y diferente para "negros profesionales de clase media". Este **subagrupamiento**, la formación de un nuevo estereotipo de subgrupo, tiende a llevar a cambios modestos en el estereotipo original a medida que este se vuelve más diferenciado (Richards y Hewstone, 2001). Los subtipos son *excepciones* del grupo; los subgrupos se reconocen como *parte* del grupo diverso más general.

subagrupamiento
Incluir a aquellos individuos que se alejan de los propios estereotipos mediante la formación de un estereotipo nuevo para este subconjunto del grupo.

EL IMPACTO DE LA DISCRIMINACIÓN: LA PROFECÍA AUTOCUMPLIDA

Es posible que las actitudes coincidan con la jerarquía social no solo como justificación de su existencia, sino también porque la discriminación afecta a sus víctimas. "La propia reputación, escribió Gordon Allport, no puede machacarse, machacarse y machacarse en la propia cabeza sin que le suceda algo al propio carácter" (1958, p. 139). Si con un chasquido de los dedos pudiésemos acabar con toda la discriminación, resultaría ingenuo que la mayoría blanca le dijera a las personas negras: "¡Se acabaron los malos ratos, amigos! Ahora todos pueden ser ejecutivos y profesionales de traje y corbata". Cuando la opresión se acaba, sus efectos perduran, como si se tratara de una cruda social.

En *La naturaleza del prejuicio*, Allport catalogó los 15 posibles efectos de la victimización y creía que estas reacciones podían reducirse a dos tipos básicos: aquellas que implicaban *culparse a sí mismo* (aislamiento, odio propio, agresión en contra del propio grupo) y aquellas que implicaban *culpar a las causas externas* (resistirse, desconfianza, aumento en el orgullo grupal). Si la victimización tiene consecuencias, por ejemplo, mayores tasas de criminalidad, las personas pueden utilizar ese resultado para justificar la discriminación: "si dejamos que esas personas vivan en nuestro vecindario, la plusvalía se irá a los suelos".

"Resulta comprensible que las personas reprimidas desplieguen una intensa hostilidad en contra de una cultura cuya existencia hacen posible gracias a su trabajo, pero en cuya riqueza tienen una participación demasiado pequeña".

—Sigmund Freud, *El porvenir de una ilusión,* 1927

¿Es cierto que la discriminación afecta a sus víctimas? Las creencias sociales *sí* pueden resultar en una afirmación propia, como se demostró en un par de ingeniosos estudios de Carl Word, Mark Zanna y Joel Cooper (1974). En el primer experimento, algunos hombres voluntarios blancos de la Universidad de Princeton entrevistaron a asistentes de investigación blancos y negros que hicieron las veces de solicitantes de un empleo. Cuando el solicitante era negro, los entrevistadores se sentaron a mayor distancia, terminaron la entrevista 25% más pronto y cometieron 50% más errores al hablar que cuando el solicitante era blanco. Imagine que lo entreviste una persona que se sienta lejos de usted, tartamudea y finaliza la entrevista con relativa velocidad. ¿Afectaría su desempeño o sus sentimientos respecto al entrevistador?

Para averiguarlo, los investigadores llevaron a cabo un segundo experimento en el que unos entrevistadores capacitados trataron a las personas como los entrevistadores en el primer experimento habían tratado a los solicitantes ya fueran blancos o negros. Más tarde, cuando se valoraron videocintas de las entrevistas, aquellas personas a las que se había tratado como a los negros del primer experimento parecían más nerviosas y menos eficaces. No solo eso, los entrevistados mismos podían percibir la diferencia: aquellos a los que trataron como a los negros juzgaron que los entrevistadores eran menos idóneos y menos amistosos. Los experimentadores concluyeron que parte del "'problema' del desempeño negro se encuentra... dentro del entorno mismo de la interacción". Como en el caso de otras profecías autocumplidas, el prejuicio afecta a sus víctimas.

"Si anticipamos el mal en nuestros congéneres, tendemos a provocarlo; si anticipamos el bien, lo evocamos".

—G. W. Allport, *La naturaleza del prejuicio,* 1958

AMENAZA DE ESTEREOTIPO

Simplemente estar sensibilizado al prejuicio es suficiente para hacernos sentir acomplejados si vivimos como parte de una minoría; quizá como persona negra en una comunidad blanca o como persona blanca en una comunidad negra. Como en otras circunstancias que drenan nuestras energías mentales y nuestra atención, el resultado puede ser una disminución en la resistencia tanto mental como física (Inzlicht et al., 2006, 2012). Si se le coloca en una situación en la que otras personas esperan que usted tenga un desempeño inadecuado, su propia ansiedad puede ocasionar que usted mismo confirme dicha creencia. Yo [DM] soy un tipo de baja estatura de alrededor de 75 años de edad. Cuando me uno a un juego espontáneo de basquetbol con jugadores más altos y jóvenes, supongo que ellos esperan que sea un lastre para su equipo, y eso tiende a minar no solo mi confianza, sino también mi desempeño. Claude Steele y sus colaboradores llaman **amenaza de estereotipo** a este fenómeno: una aprehensión que se confirma a sí misma acerca de que a uno

amenaza de estereotipo
Preocupación perturbadora, al enfrentarse a un estereotipo negativo, de que a uno se le valorará con base en este estereotipo. A diferencia de las profecías autocumplidas que hace encajar la propia reputación dentro del propio autoconcepto, las situaciones de amenaza de estereotipo tienen efectos inmediatos.

"¡La clase de matemáticas es dificilísima!".

—Muñeca Barbie *Teen Talk* (más tarde retirada del mercado).

se le evaluará con base en un estereotipo negativo (Steele, 2010; Steele et al., 2002; también vea reducingstereotypethreat.org).

En varios experimentos, Steven Spencer, Claude Steele y Diane Quinn (1999) aplicaron una prueba de matemáticas en extremo difícil a hombres y mujeres estudiantes con antecedentes similares en matemáticas. Cuando se les dijo que *no* había diferencia de género alguna en las puntuaciones de prueba y que no se estaría evaluando ningún estereotipo de género, el desempeño de las mujeres fue consistentemente igual que el de los hombres. Cuando se les informó que *sí* existía una diferencia de género, las mujeres confirmaron el estereotipo de modo impactante (**figura 9.6**). Frustradas por las preguntas de prueba en extremo difíciles, en apariencia sintieron una aprehensión adicional que socavó su desempeño. De manera similar, en el caso de mujeres ingenieras, interactuar con un hombre sexista mina su desempeño de prueba (Logel et al., 2009). Incluso antes de cualquier tipo de prueba, la amenaza de estereotipo también puede obstaculizar el aprendizaje de reglas y operaciones matemáticas en las mujeres (Rydell et al., 2010). Lo mismo sucede en el caso de personas mayores, para quienes las amenazas de estereotipo relacionadas con la edad (y el mal desempeño resultante) se han presentado en casi tres docenas de estudios (Lamont et al., 2015). Lo mismo sucedió en 19 experimentos adicionales que revelaron la influencia de la amenaza de estereotipo en el desempeño de personas inmigrantes (Appel et al., 2015).

¿Los estereotipos raciales podrían cumplirse por sí mismos de modo similar? Steele y Joshua Aronson (1995) aplicaron difíciles pruebas de capacidades verbales a blancos y negros. Los negros tuvieron un desempeño inferior que los blancos solo bajo condiciones de amenaza de estereotipo elevada. Se ha dado un efecto de amenaza de estereotipo similar entre hispanoestadounidenses (Nadler y Clark, 2011).

Jeff Stone y colaboradores (1999) informaron que la amenaza de estereotipo también afecta el desempeño atlético. Las personas negras tuvieron un desempeño peor que el habitual cuando una tarea de golf se planteó como una prueba de "inteligencia del deporte" y los blancos tuvieron un peor desempeño cuando se planteó como prueba de "capacidad atlética natural". "Cuando a las personas se les recuerda un estereotipo negativo de sí mismas, 'los hombres blancos no pueden saltar' o 'los hombres negros no pueden pensar', puede afectar su desempeño de manera adversa", concluyó Stone (2000). Lo mismo sucede en el caso de personas discapacitadas, en quienes la preocupación de los estereotipos negativos de los demás puede alterar su desempeño (Silverman y Cohen, 2014).

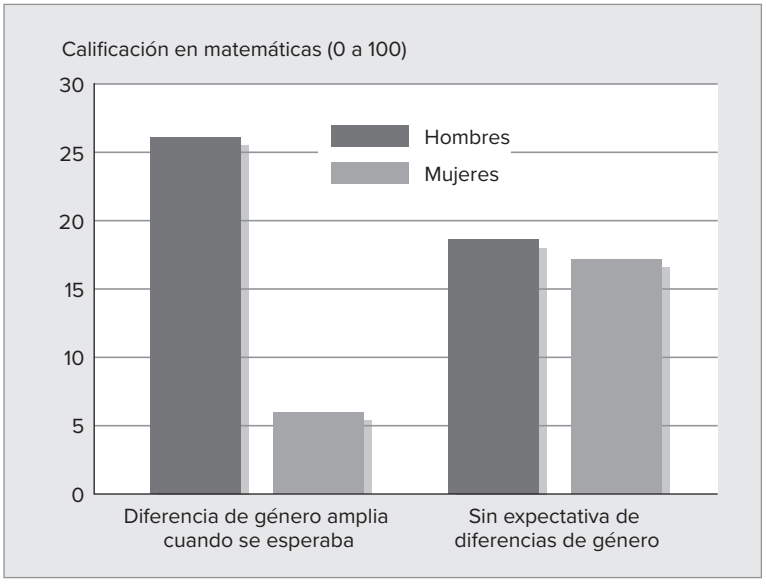


FIGURA 9.6

Vulnerabilidad al estereotipo y desempeño de las mujeres en matemáticas

Steven Spencer, Claude Steele y Diane Quinn (1999) aplicaron una prueba de matemáticas difícil a hombres y mujeres igualmente capaces. Cuando se hizo que los participantes creyeran que había habido diferencias de género en los resultados de las pruebas, las mujeres obtuvieron puntuaciones menores que los hombres. Cuando se retiró la amenaza de la confirmación del estereotipo (cuando no había una expectativa de diferencias de género), las mujeres tuvieron el mismo desempeño que los hombres.

Fuente: Spencer, S. J., Steele, C. M., y Quinn, D. M. (1999).

Si a los estudiantes se les indica que están en riesgo de fracasar (como a menudo lo sugieren los programas de apoyo a minorías), el estereotipo puede socavar su desempeño, afirma Steele (1997). Puede ocasionar que se "desidentifiquen" con sus estudios y que busquen aumentar su autoestima en algún otro sitio (**figura 9.7** y vea "Detalles de la historia. Claude Steele habla sobre la amenaza de estereotipo"). De hecho, a medida que los estudiantes afroestadounidenses pasan de octavo a décimo grado, su desempeño escolar se vincula más débilmente con su autoestima (Osborne, 1995). Además, a aquellos alumnos a los que se les hace creer que se han visto beneficiados por preferencias basadas en género o raza en su aceptación a la universidad o a algún grupo académico tienden a tener un desempeño inferior que aquellos a quienes se les hace creer que son competentes (Brown et al., 2000).

Así entonces, lo mejor, observa Steele, es desafiar a los alumnos para que crean en su potencial. Los alumnos negros respondieron de manera adecuada a críticas de sus trabajos de redacción cuando también se les dijo: "no me molestaría en darte

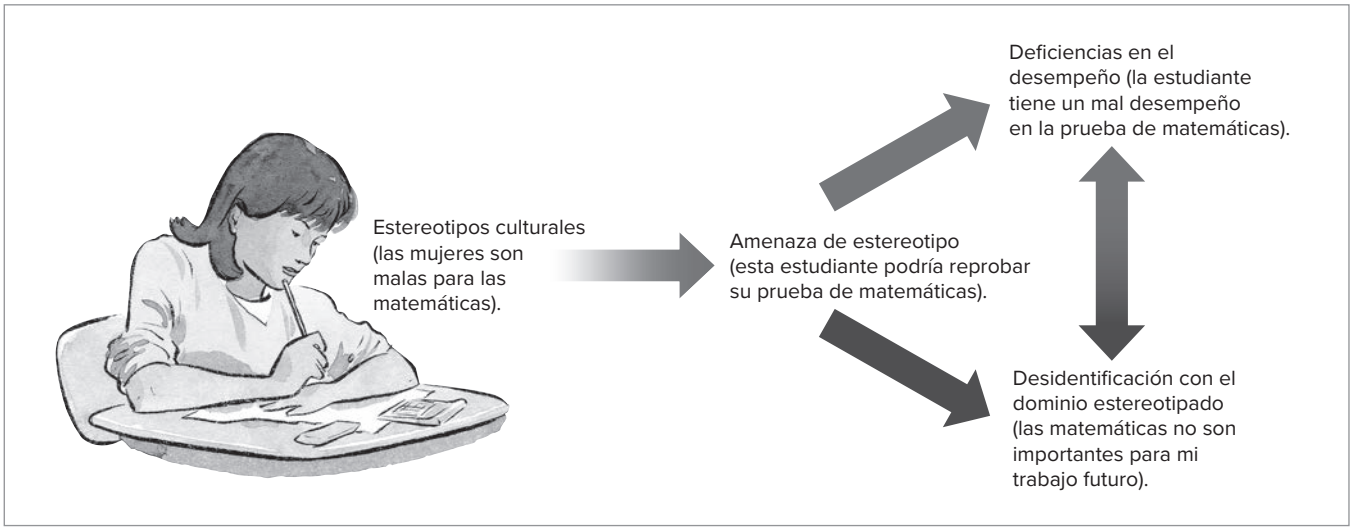


FIGURA 9.7
Amenaza de estereotipo
La amenaza de enfrentarse a un estereotipo negativo puede producir deficiencias en el desempeño y una desidentificación.

estos consejos si no pensara, con base en lo que leí en tu trabajo, que eres capaz de satisfacer los elevados estándares que te acabo de mencionar" (Cohen et al., 1999).

También es útil la afirmación de valores; hacer que las personas afirmen quiénes son (Walton, 2014). Un equipo de investigación de Stanford invitó a alumnos afrodescendientes de séptimo grado a escribir acerca de sus valores más importantes en varias ocasiones. En comparación con sus pares, obtuvieron calificaciones más elevadas durante los siguientes dos años (Cohen et al., 2006, 2009). Estudios posteriores han extendido el efecto de la afirmación de valores (como al hacer que las personas recuerden las ocasiones en que se sintieron exitosas u orgullosas) a poblaciones desde mujeres universitarias estudiantes de física a clientes de comedores de beneficencia (Bowen et al., 2013; Hall et al., 2014; Miyake et al., 2010; Sherman et al., 2013).

¿De qué manera socava el desempeño la amenaza de estereotipo? Funciona de tres formas (Schmader et al., 2008):

- *Estrés*. Imágenes de resonancia magnética funcional (fMRI) del cerebro sugieren que el estrés de la amenaza de estereotipo impide la actividad cerebral que se asocia con el procesamiento matemático y aumenta la actividad en áreas que se asocian con el procesamiento de emociones (Derks et al., 2008; Krendl et al., 2008; Wraga et al., 2007).
- *Autovigilancia*. Preocuparse por cometer errores altera la atención enfocada (Keller y Dauenheimer, 2003; Seibt y Forster, 2004).
- *Suprimir pensamientos y sentimientos indeseados*. El esfuerzo que se requiere para regular el propio pensamiento requiere de energía y altera la memoria de trabajo (Bonnot y Croizet, 2007).

Si las amenazas de estereotipo pueden alterar el desempeño, ¿pueden mejorarlo los estereotipos positivos? Margaret Shih, Todd Pittinsky y Nalini Ambady (1999) confirmaron esa posibilidad. Cuando a mujeres estadounidenses de origen asiático se les hicieron preguntas biográficas que les recordaron su identidad de género antes de tomar una prueba de matemáticas, su desempeño se fue en picada (en comparación con el grupo control). Cuando, de manera similar, se les recordó acerca de su identidad asiática, su desempeño mejoró. Al parecer, los estereotipos negativos alteran el desempeño y los positivos lo facilitan (Rydell et al., 2009).

¿LOS ESTEREOTIPOS SESGAN EL JUICIO DE INDIVIDUOS?

Sí, los estereotipos sesgan los juicios, pero hay algunas buenas noticias: primero, *nuestros estereotipos sobre todo reflejan la realidad* (aunque hay ocasiones en que la distorsionan). Como lo reconoce el multiculturalismo, las personas son diferentes; y pueden percibir y apreciar tales diferencias. "La precisión de los estereotipos es uno de los efectos más importantes en la totalidad de la psicología social", argumenta Lee Jussim (2012).

Segundo, *las personas a menudo valoran a los individuos de manera más positiva que al grupo al que pertenece dicho individuo* (Miller y Felicio, 1990). Anne Locksley, Eugene Borgida y Nancy

Detalles DE LA HISTORIA

Claude Steele habla sobre la amenaza del estereotipo

Durante una reunión del comité de diversidad del campus de la Universidad de Michigan a finales del decenio de 1980, noté un hecho interesante: a cada nivel de capacidad (valorado según las puntuaciones SAT), los estudiantes pertenecientes a minorías estaban obteniendo calificaciones inferiores a las de sus contrapartes no minoritarias. Pronto, Steven Spencer, Joshua Aronson y yo averiguamos que este era un fenómeno nacional: sucedía en la mayoría de las universidades y también ocurría en el caso de otros grupos cuyas capacidades estaban estereotipadas en forma negativa, como en mujeres en cursos de matemáticas avanzadas. Este desempeño inferior no estaba causado por diferencias grupales de preparación. Ocurría a todos los niveles de preparación (valorado según las puntuaciones SAT).

A la larga, produjimos este desempeño inferior en condiciones de laboratorio simplemente pidiéndoles a personas motivadas que llevaran a cabo una tarea difícil en un dominio en el que su grupo tenía un estereotipo negativo. También hallamos que podíamos eliminar este desempeño defectuoso logrando que la misma tarea fuera irrelevante para el estereotipo: eliminando la "amenaza de estereotipo", como habíamos empezado a llamarle. Este último hallazgo generó investigaciones adicionales: averiguar cómo reducir la amenaza de estereotipo y sus efectos dañinos. A lo largo de esta labor, hemos llegado a valorar dos cosas significativas: primero, la importancia del contexto vital en la formación del funcionamiento psicológico y, segundo, la importancia de las identidades sociales como edad, raza y género en el establecimiento de dicho contexto.

Claude Steele
Universidad de Stanford
Cortesía de Claude Steele

Existen ocasiones en que las personas conservan prejuicios generales (como aquellos en contra de gays y lesbianas) sin que se apliquen a individuos particulares a los que conocen y respetan, como en el caso de Neil Patrick Harris.
©Tinseltown/Shutterstock

Brekke encontraron que después de que alguien conoce a una persona, "los estereotipos tienen un impacto mínimo, si es que alguno, sobre los juicios que se emiten respecto de dicha persona" (Borgida et al., 1981; Locksley et al., 1980, 1982). Descubrieron esto último al darles a estudiantes de la Universidad de Minnesota información anecdótica relacionada con incidentes recientes en la vida de "Nancy". En una supuesta transcripción de una conversación telefónica, Nancy le contó a una amiga la forma en que había reaccionado a tres situaciones diferentes (por ejemplo, al acoso de un tipo indeseable mientras estaba de compras). Algunos de los alumnos leyeron transcripciones en las que Nancy respondía de manera asertiva (diciéndole al tipo que se largara); otros leyeron un informe de respuestas pasivas (donde se limitaba a ignorar al tipo hasta que al final se marchaba por sí solo). Y otros alumnos más recibieron la misma información, excepto que el nombre de la persona era "Paul" en lugar de Nancy. Al día siguiente, los alumnos debían predecir cómo reaccionaría Nancy (o Paul) a otras situaciones.

¿Saber el género de la persona tuvo efecto alguno sobre sus predicciones? Absolutamente ninguno. Las expectativas de la asertividad de la persona se vieron influidas de manera exclusiva por lo que los alumnos habían averiguado acerca del personaje el día anterior. Ni siquiera sus juicios sobre la masculinidad o femineidad del personaje se vieron afectados por saber el género de la persona. Los estereotipos de género se habían dejado por completo de lado; los estudiantes evaluaron a Nancy y a Paul como individuos.

Si se proporciona información tanto general (de tasa base) acerca de un grupo, como manifestación trivial pero llamativa de un miembro particular de dicho grupo, el testimonio llamativo suele superar el efecto de la información general. Esto es cierto en especial cuando la persona no se ajusta a nuestra imagen del típico miembro del grupo (Fein y Hilton, 1992; Lord et al., 1991). Por ejemplo, imagine que se le dice la forma en que en realidad se comportó la mayoría de las personas en un experimento de conformidad y después se le permite ver una breve entrevista con uno de los supuestos participantes. ¿Podría usted, al igual que el espectador típico, adivinar el comportamiento de la persona de manera exclusiva a partir de dicha entrevista? ¿Ignoraría la información de tasa base acerca del modo en que se comportó la mayoría de los participantes?

Es frecuente que las personas crean en los estereotipos, pero que los ignoren al recibir información personalizada y anecdótica. Así, muchas personas creen que "los políticos son unos ladrones"

pero que "el senador Jones de nuestro estado tiene mucha integridad". No es de sorprender que las personas tengan una opinión pésima de los políticos pero que por lo normal voten para reelegir a sus propios representantes. Estos hallazgos resuelven el conjunto de hallazgos contradictorios que se consideraron al principio del presente capítulo. Sabemos que los estereotipos de género son poderosos, pero tienen poco efecto sobre los juicios de las personas sobre el trabajo que se adjudica a un hombre o a una mujer. Ahora podemos ver el porqué. Las personas podrán tener fuertes estereotipos de género, pero los dejarán de lado al momento de juzgar a un individuo al que conozcan o del que se enteren.

Los estereotipos poderosos importan

Aun así, los estereotipos, cuando son *fuertes*, sí influyen nuestros juicios acerca de individuos (Krueger y Rothbart, 1988). Cuando algunos investigadores pidieron a unos estudiantes que calcularan la estatura de mujeres y hombres retratados en forma individual, juzgaron que los hombres eran más altos que las mujeres; incluso cuando sus estaturas eran iguales y aun cuando se les dijo que el sexo no era factor de predicción de la estatura en la muestra e incluso cuando se les ofrecieron recompensas monetarias si sus cálculos resultaban ser precisos (Nelson et al., 1990).

En un estudio de seguimiento, los estudiantes de la Universidad de Michigan vieron fotografías de estudiantes de las escuelas de ingeniería y enfermería de su misma universidad, junto con descripciones sobre los intereses de cada alumno (Nelson et al., 1996). Incluso cuando se les informó que la muestra contenía un número idéntico de alumnos mujeres y hombres de cada escuela, la descripción asociada con un rostro femenino se juzgaba como más probablemente proveniente de una estudiante de enfermería. Así, aun cuando se sabe que un fuerte estereotipo de género es irrelevante, posee una fuerza irresistible.

Fuera del laboratorio, los estereotipos poderosos afectan la experiencia cotidiana. Por ejemplo, los hombres que apoyan el sexismo hostil se comportan de manera más negativa hacia sus parejas mujeres y experimentan una menor satisfacción en su relación (Hammond y Overall, 2013).

Los estereotipos sesgan la interpretación

Los estereotipos también matizan la forma en que interpretamos sucesos, señalan David Dunning y David Sherman (1997). Si a las personas se les dice: "Algunos sintieron que las afirmaciones del político fueron imprecisas", infieren que el político estaba mintiendo. Si se les dice: "Algunos sintieron que las afirmaciones del físico fueron imprecisas", únicamente infieren que el físico cometió un error. Si se les dice que dos personas tuvieron un altercado, las personas perciben que se trató de una pelea a puño limpio si se les dice que estuvieron implicados dos leñadores, pero que se trató de una pelea verbal si se les dice que estuvieron implicados dos consejeros matrimoniales. Una persona preocupada por su condición física parecerá vanidosa si es modelo, pero consciente de su salud si se trata de una triatleta. Al igual que una prisión que guía y limita a sus reclusos, concluyeron Dunning y Sherman, la "prisión cognitiva" de nuestros estereotipos guía y limita nuestras impresiones.

En ocasiones emitimos juicios o empezamos a interactuar con alguien con poca información adicional a nuestros estereotipos. En tales casos, estos estereotipos pueden sesgar nuestras interpretaciones y recuerdos de las personas de manera importante. Por ejemplo, Charles Bond y colaboradores (1988) encontraron que después de llegar a conocer a sus pacientes, los enfermeros psiquiátricos blancos utilizaban medidas de restricción física de igual modo con sus pacientes negros y blancos. Pero usaban estas mismas medidas con mayor frecuencia con pacientes negros *nuevos* que con pacientes blancos nuevos. Con poco más en qué basarse, los estereotipos importaban.

Los estereotipos también pueden funcionar de manera sutil. En un experimento de John Darley y Paget Gross (1983), estudiantes de la Universidad de Princeton observaron un video de una chica de cuarto año de primaria, Hannah. El video la mostraba dentro de un entorno urbano pobre, supuestamente como hija de padres de clase baja, o dentro de un entorno suburbano privilegiado, como hija de padres profesionales. Al pedirles que adivinaran el nivel de capacidad de Hannah en diversas materias, ambos grupos de espectadores se rehusaron a utilizar los antecedentes de clase de Hannah para hacer un juicio anticipado de su nivel de habilidad; cada grupo valoró su nivel de capacidad de acuerdo con su nivel de estudios.

Dos grupos adicionales de estudiantes de Princeton también vieron un segundo video en el que se mostraba a Hannah tomando una prueba oral de rendimiento y en la que respondía a algunas de las preguntas de manera correcta y otras en forma incorrecta. Aquellos a quienes se les había

¿Asertiva o audaz? Las percepciones pueden verse influidas por el género.
©Hero Images/Getty Images

contado acerca de los antecedentes de clase profesional de Hannah juzgaron que sus respuestas mostraban un elevado nivel de habilidad y más tarde recordaron que había respondido la mayoría de las preguntas de manera correcta; aquellos que habían escuchado los antecedentes de clase baja de Hannah juzgaron que su capacidad se encontraba por debajo de su nivel de estudios y recordaron que respondió de modo incorrecto a casi la mitad de las preguntas. Pero recuerde: el segundo video fue *idéntico* para ambos grupos. Así, cuando los estereotipos son poderosos y la información que tenemos de alguien es ambigua (a diferencia de los casos de Nancy y Paul), los estereotipos pueden sesgar nuestro juicio de los individuos de modos *sutiles*.

Por último, valoramos a las personas de manera más extrema cuando su comportamiento rompe nuestros estereotipos (Bettencourt et al., 1997). Una mujer que le reclama a alguien que trata de colarse en la fila del cine ("¿No cree que debería irse al final de la fila?") puede verse como más asertiva que un hombre que reaccione del mismo modo (Manis et al., 1988). Con ayuda del testimonio de la psicóloga Susan Fiske y sus colaboradores (1991) la Suprema Corte de Justicia de Estados Unidos consideró que este tipo de estereotipo estaba operando cuando Price Waterhouse, una de las empresas contables de mayor importancia de ese país, le negó el ascenso a nivel de socio a Ann Hopkins. Entre los 88 candidatos al ascenso, Hopkins, la única mujer, era la número uno en cuanto a la cantidad de clientes que había llevado a la empresa y, según el testimonio, trabajaba arduamente y era exigente. Pero otras personas afirmaron que Hopkins necesitaba "un curso en una escuela para señoritas" donde aprendiera a "caminar de forma más femenina, a hablar de manera más femenina y a vestirse de modo más femenino...". Después de deliberar el caso y de hacer indagaciones relacionadas con investigaciones de estereotipos, la Suprema Corte decidió, en 1989, que alentar a los hombres, pero no a las mujeres, a ser audaces era actuar "con base en el género":

> Estamos aquí no para decidir si la señorita Hopkins es agradable, sino para decidir si los socios reaccionaron de manera negativa a su personalidad por el hecho de ser mujer... Un empleador que objeta la audacia en las mujeres pero cuyos puestos requieren de dicha característica coloca a las mujeres en una trampa insufrible de la que no existe salida: perder el empleo si se comportan de modo audaz o perder el empleo si no se comportan de esa manera.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son las consecuencias del prejuicio?

- El prejuicio y los estereotipos tienen consecuencias importantes, en especial si se sostienen fuertemente, al juzgar a individuos desconocidos y al decidir políticas que se refieren a grupos completos.
- Una vez que se forman, los estereotipos tienden a perpetuarse y a resistirse al cambio. También crean sus propias realidades a través de profecías autocumplidas.
- Los prejuicios también pueden minar el desempeño de las personas a través de la *amenaza de estereotipo*, al hacer que las personas se sientan preocupadas de que otros los clasifiquen de modo estereotipado.
- Los estereotipos, en especial cuando son marcados, pueden predisponer la manera en que percibimos a las personas y que interpretamos sucesos.

POSDATA:
¿Es posible reducir el prejuicio?

Los psicólogos sociales han tenido más éxito en explicar los prejuicios que en eliminarlos. Debido a que las aguas del prejuicio se ven alimentadas por una variedad de fuentes, no existen remedios sencillos. No obstante, podemos anticipar las técnicas que pueden reducir el prejuicio:

- Si la desigualdad de estatus genera prejuicios, podemos buscar crear relaciones cooperativas de status equivalente.
- Si el prejuicio justifica el comportamiento discriminatorio, podemos dictaminar la no discriminación.
- Si las instituciones sociales sustentan el prejuicio, podemos eliminar tales sustentos (por ejemplo, con medios que modelen la armonía interracial y la aceptación de individuos LGBT).
- Si el exogrupo parece más homogéneo de lo que es en realidad, podemos esforzarnos por personalizar a sus miembros.
- Si nuestros prejuicios involuntarios nos llevan a experimentar culpa, podemos utilizar esa culpa para motivarnos a romper el hábito del prejuicio.

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial en 1945, se han aplicado muchos de esos antídotos y no queda la menor duda de que los prejuicios raciales, de género y de orientación sexual han disminuido. La investigación sociopsicológica también ha ayudado a romper las barreras de la discriminación. La psicóloga social, Susan Fiske (1999), quien testificó a favor de Ann Hopkins, la ejecutiva de Price Waterhouse a la que se le negó el ascenso a nivel de socia, escribió más adelante:

> Nos arriesgamos considerablemente al testificar a favor de Ann Hopkins, sin duda... Hasta donde sabíamos, nadie jamás había introducido la psicología social de la estereotipia en un caso de género... Si teníamos éxito, había la oportunidad de sacar la investigación más reciente sobre la estereotipia fuera de las polvosas publicaciones del gremio, a las lodosas trincheras del debate legal, donde podían ser de alguna utilidad. De fracasar, era posible que dañáramos al cliente, que difamáramos a la psicología social y que dañáramos mi reputación como científica. En ese momento, no tenía la más mínima idea de que mi testimonio se abriría paso de manera exitosa hasta la Suprema Corte.

Ahora, falta ver si, a lo largo del presente siglo, el progreso sigue avanzando o si, como podría suceder con facilidad en una época de creciente población y competencia por recursos disminuidos, los antagonismos habrán de crecer.

Agresión

CAPÍTULO

10

©PACIFIC PRESS/Alamy stock photo

¿Qué es la agresión?

¿Cuáles son algunas teorías de la agresión?

¿Cuáles son algunas de las influencias en la agresión?

¿Cómo se puede reducir la agresión?

Posdata: Reforma de una cultura violenta

"El comportamiento que exhibimos unos hacia otros es el más extraño, predecible e incomprensible de todos los fenómenos con los que nos vemos obligados a vivir. En toda la naturaleza no existe nada tan amenazante para la humanidad como la humanidad misma".

—Lewis Thomas, *Notes of a Biology Watcher,* 1981

Durante el último siglo y en la primera parte de este, en unas 250 guerras murieron 110 millones de personas, lo cual es suficiente como para fundar una "nación de los muertos" con una población mayor a la de Francia, Bélgica, Países Bajos, Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia juntos. La cifra de muertos proviene no solo de dos guerras mundiales, sino también de los genocidios, incluyendo el ocurrido entre 1915 y 1923 donde murieron 1 millón de armenios a manos del Imperio Otomano, el asesinato en 1937 de cerca de 250 000 chinos en Nankín después de su rendición frente a las tropas japonesas, 1.5 millones de camboyanos asesinados entre 1975 y 1979, la muerte de 1 millón de personas en Ruanda en 1994 (Sternberg, 2003) y de más de medio millón en Siria desde 2011 (SOHR, 2018). Como quedó en evidencia con el genocidio de millones de judíos a manos de Hitler, la matanza de

millones de rusos que realizó Stalin, el genocidio de Mao de millones de chinos y la muerte de millones de habitantes nativos de América desde el tiempo de Colón hasta el siglo XIX, el potencial humano para la crueldad extraordinaria atraviesa culturas y razas.

Incluso sin tomar en cuenta las guerras, los seres humanos tienen una capacidad extraordinaria para dañarse los unos a los otros. Los tiroteos masivos en las escuelas, universidades y conciertos en los últimos años han atraído la atención del público a la violencia con armas de fuego. Más estadounidenses han muerto por el uso de estas armas desde 1968 a la fecha que los que murieron en la combinación de todas las guerras estadounidenses (Jacobson, 2013). En 2016, 17 250 personas fueron asesinadas en Estados Unidos; 130 603 sufrieron violaciones; y una cifra increíble de 803 007 (tres cuartos de millón de individuos) fueron víctimas heridas de bala, heridas punzocortantes o asaltos con otras armas (FBI, 2017). Estas cifras quizá solo sean la punta del iceberg, porque muchas violaciones y agresiones no se denuncian. Una amplia encuesta anónima encontró que cerca de una de cada cinco mujeres en Estados Unidos sufrió una agresión sexual, y una de cada cuatro señaló que una pareja íntima les ha dado puñetazos, golpizas o las ha arrojado contra algo (Black et al., 2011). En todo el mundo, 30% de las mujeres experimentaron violencia a manos de una pareja íntima (OMS, 2016).

"Cada pistola que se fabrica, cada navío de guerra que se lanza al mar, cada cohete disparado significa, en última instancia, un robo para aquellos que tienen hambre, pero nadie alimenta; para quienes tienen frío y nadie cubre".

—Presidente Dwight Eisenhower, discurso de 1953 ante la American Society of Newspaper Editors, 1953

La agresión menos grave es incluso más común. Un estudio encontró que 90% de las parejas jóvenes son verbalmente agresivas entre sí, con gritos, alaridos e insultos (Munoz-Rivas et al., 2007). En una encuesta con niños de 35 países, más de 1 de cada 10 informaron sufrir acoso escolar (Craig y Harel, 2004). La mitad de los estudiantes de secundaria y preparatoria en Canadá dicen que sufrieron acoso en línea en los últimos tres meses. Su experiencia incluyó que los insultaran, que se difundieran rumores acerca de ellos o que sus fotografías privadas se distribuyeran sin su consentimiento (Mishna et al., 2010). Setenta y cinco por ciento de los niños y adolescentes han sufrido **ciberacoso**, que se define como la agresión intencional y repetida a través de correo electrónico, mensajes de texto, redes sociales y otros medios electrónicos (Katzer et al., 2009). Es frecuente que el ciberacoso conduzca a resultados negativos, como depresión, temor, abuso de drogas, deserción escolar, mala salud física y suicidio, incluso años después de ocurrido el acoso (Kowalski et al., 2014; Ortega et al., 2012; Sigurdson et al., 2014).

ciberacoso
Acoso, hostigamiento o amenazas contra alguien a través de comunicación electrónica, como mensajes de texto, redes sociales o correo electrónico.

¿Somos como el Minotauro: mitad humanos y mitad bestias? ¿Qué explica aquel día a mitad del verano de 1941 cuando la mitad no judía de la población polaca de Jebwabne asesinó a la otra mitad en un macabro frenesí de violencia, dejando solo a cerca de una docena de sobrevivientes de entre los 1 600 judíos (Gross, 2001)? ¿Por qué un estudiante universitario transmitiría el encuentro sexual de su compañero gay, impulsándolo a suicidarse, como sucedió en la Universidad Rutgers en 2010? ¿Por qué los estudiantes de secundaria acosaron con tanta crueldad y de manera implacable ("¿Por qué no te mueres?") a su compañera Hailee Lamberth, de 13 años, hasta que se suicidó en diciembre de 2013 (Wagner, 2014)? ¿Por qué, en 2011, un asesino en la pacífica Noruega colocó bombas en los edificios gubernamentales y luego disparó contra 69 personas, la mayoría adolescentes, y las mató? ¿Por qué un tirador mató a 58 asistentes en un concierto en Las Vegas en 2017? ¿Qué explica ese comportamiento monstruoso? En este capítulo hacemos las siguientes preguntas:

"¿Existe alguna manera de liberar a la humanidad de la amenaza de la guerra?"

—Albert Einstein, Carta a Sigmund Freud, 1932

- ¿La agresión es una predisposición genética o la aprendemos?
- ¿Qué circunstancias impulsan los brotes de hostilidad?
- ¿Los medios de comunicación influyen en la agresión?
- ¿Cómo podríamos reducir la agresión?

Sin embargo, primero tenemos que aclarar el término "agresión".

¿QUÉ ES LA AGRESIÓN?

Defina el término agresión y describa sus diferentes formas.

Los *thugs** originales, miembros de una secta en el norte de India, estaban siendo agresivos cuando entre 1550 y 1850 estrangularon a más de dos millones de personas, lo cual afirmaban hacer en honor a la diosa Kali. Pero la gente también utiliza el término "agresivo" para describir a un vendedor dinámico. Los psicólogos distinguen entre la conducta de seguridad en sí mismo, energía y logro del vendedor del comportamiento que lesiona, daña o destruye. La primera es asertividad y la segunda es agresión.

agresión
Comportamiento físico o verbal cuya intención es dañar a alguien. En los experimentos de laboratorio, esto podría implicar la aplicación de choques eléctricos o decir algo que tal vez hiera los sentimientos de otra persona.

Para un psicólogo social, la **agresión** es el comportamiento físico o verbal que pretende causar daño. Esta definición excluye el daño no intencional, como en los accidentes automovilísticos o colisiones en la acera; también excluye los actos que pueden implicar dolor como efecto secundario inevitable al ayudar a alguien, como los tratamientos dentales o, en su aspecto extremo, el suicidio asistido.

La definición de agresión incluye patadas y cachetadas, amenazas e insultos, chismes o comentarios despectivos, y "troleo", como los insultos y el acoso en línea (Cheng et al., 2017). Incluye la conducta grosera beligerante, como levantar el dedo medio para insultar a otro conductor o gritarle a alguien que camina demasiado lento (Park et al., 2014). Incluye las decisiones durante los experimentos acerca de cuánto lastimar a alguien, como el grado de choque eléctrico que se impondrá. También comprende destruir la propiedad, mentir y otros comportamientos que pretenden dañar. Como ilustran estos ejemplos, el concepto de agresión incluye tanto la **agresión física** (herir el cuerpo de otro) como la **agresión social** (como el acoso directo y el ciberacoso, los insultos, los chismes dañinos o la exclusión social que lastiman los sentimientos [Dehue et al., 2008]). La agresión social puede tener graves consecuencias, ya que las víctimas sufren de depresión y a veces, como ha sucedido en varios casos muy difundidos, se suicidan. Dan Olweus y Kyrre Breivik (2013), quienes investigaron el acoso, describen sus consecuencias como "lo opuesto al bienestar".

agresión física
Herir el cuerpo de otra persona.

agresión social
Herir los sentimientos de otra persona o amenazar sus relaciones. Conocida a veces como agresión relacional, incluye al ciberacoso y a algunas formas de acoso en persona.

Sin embargo, la definición de agresión de la psicología social no incluye las microagresiones, que en general se definen como palabras o actos que transmiten, sin intención, el prejuicio hacia grupos marginados; para encajar en la definición de agresión, deben ser intencionales. Por esa y otras razones, algunos recomiendan abandonar el término "microagresión" y reemplazarlo con algún otro término que capture mejor la naturaleza no intencional, como "ofensas raciales inadvertidas" (Lilienfeld, 2017).

Los psicólogos también distinguen entre la **agresión hostil** (que se deriva del enojo y pretende lesionar) y la **agresión instrumental** (que también pretende lesionar, pero que se comete en búsqueda de otra meta). Tanto la agresión física como la social pueden ser hostiles o instrumentales. Por ejemplo, el acoso puede ser hostil (una adolescente está enojada con otra porque le robó el novio) o instrumental (una estudiante de preparatoria cree que puede volverse popular rechazando a una chica impopular [Juvonen y Graham, 2014; Prinstein y Cillessen, 2003]).

agresión hostil
Agresión que proviene del enojo; su objetivo es lesionar.

agresión instrumental
Agresión que pretende lesionar, pero solo como medio para otro fin.

La mayoría del terrorismo es agresión instrumental. "Lo que tienen en común la mayoría de las campañas terroristas es una meta secular y estratégica específica", concluye Robert Pape (2003) después de estudiar todos los bombardeos suicidas desde 1980 hasta 2001. Esa meta es "obligar a las democracias liberales a retirar las fuerzas militares del territorio que los terroristas consideran como su patria". Es poco común que el terrorismo lo cometa alguien con una enfermedad mental, señalaron Arie Kruglanski y sus colaboradores (2009); en lugar de ello, los terroristas buscan destacar personalmente, por ejemplo, al alcanzar el estatus de héroes o mártires. El terrorismo también es una herramienta estratégica utilizada durante el conflicto. Al explicar la finalidad de los ataques del 11 de septiembre, Osama bin Laden indicó que por un costo de solo 500 000 dólares, infligieron un daño de 500 mil millones de dólares en la economía estadounidense (Zakaria, 2008).

La mayoría de las guerras son agresión instrumental. En 2003, los líderes de Estados Unidos y Gran Bretaña justificaron el ataque en Irak no como un esfuerzo hostil para matar iraquíes, sino como un acto instrumental de liberación y autodefensa en contra de las supuestas armas de

* N. de la T.: Este término adquirió en inglés el significado de "matón, pandillero o rufián".

destrucción masiva. Los adolescentes que acosan a otros, ya sea verbal o físicamente, también realizan agresión instrumental, porque a menudo buscan demostrar su dominio y estatus elevado. En la extraña jerarquía de la adolescencia, ser infame y desagradable a veces puede provocar que uno sea popular y admirado (Salmivalli, 2009).

La mayoría de los homicidios son agresión hostil. Alrededor de la mitad provienen de discusiones y otros son resultado de triángulos amorosos o de peleas que implican la influencia del alcohol o las drogas (Ash, 1999). Tales asesinatos son exabruptos impulsivos y emocionales, lo cual ayuda a explicar por qué los datos de 110 países muestran que la pena de muerte no conduce a la disminución de homicidios (Costanzo, 1998; Wilkes, 1987). No obstante, algunos asesinatos y muchos otros actos violentos de venganza y coacción sexual son instrumentales (Felson, 2000). La mayoría de los más de 1 000 homicidios en Chicago realizados por el crimen organizado durante la época de la prohibición y en los años posteriores fueron agresiones frías e instrumentales cuyo propósito era eliminar a un rival.

Debido a que la intención es dañar, el acoso en línea es agresión, aunque su daño sea emocional más que físico.
©oliveromg/Shutterstock

¿CUÁLES SON ALGUNAS TEORÍAS DE LA AGRESIÓN?

Comprenda y evalúe las teorías importantes de la agresión.

La humanidad ha armado su capacidad de destrucción sin armar de manera comparable su capacidad para la inhibición de la agresión.

Al analizar las causas de la agresión, los psicólogos sociales se han enfocado en tres grandes ideas: las influencias biológicas, la frustración y el comportamiento aprendido.

AGRESIÓN COMO FENÓMENO BIOLÓGICO

Los filósofos han debatido si la naturaleza humana es fundamentalmente la de un "noble salvaje" benigno y satisfecho, o la de una bestia. El primer punto de vista, que planteó el filósofo del siglo XVIII, Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), atribuye los males sociales a la sociedad, no a la naturaleza humana. La segunda idea, que se asocia con el filósofo inglés, Thomas Hobbes (1588-1679), atribuye a la sociedad la capacidad de limitar a la bestia humana. En el siglo XX, Sigmund Freud, el fundador del psicoanálisis, postuló en Viena la perspectiva de la "bestialidad", que el impulso agresivo es innato y, por ende, inevitable, mientras que Konrad Lorenz, experto en comportamiento animal, lo hizo en Alemania.

El comportamiento instintivo y la psicología evolutiva

Freud especuló que la agresión humana proviene de un impulso autodestructivo y que se redirige a los demás la energía del impulso primitivo de muerte (la pulsión de muerte). Lorenz, experto en conducta animal, consideraba a la agresión como adaptativa, en lugar de autodestructiva. Los dos coincidieron en que la energía agresiva era **instintiva** (innata, no aprendida y universal). Si no se descarga, supuestamente se va acumulando hasta explorar, o hasta que un estímulo apropiado la "libera", como un ratón se escapa de una trampa.

comportamiento instintivo
Una conducta innata, no aprendida, que exhiben todos los miembros de una especie.

La idea de que la agresión es un instinto se desplomó a medida que la lista de supuestos instintos humanos creció hasta incluir casi cualquier conducta humana concebible. En 1924 se hizo una revisión en libros de ciencias sociales y se enumeraron cerca de 6 000 supuestos instintos (Barash, 1979). Los científicos sociales han tratado de *explicar* la conducta social *nombrándola*. Es tentador jugar a este juego de explicar las cosas por medio de darles un nombre: "¿Por qué las ovejas se mantienen juntas?". "Porque tienen un instinto de rebaño". "¿Cómo sabes que tienen un instinto de rebaño?". "Solo míralas: ¡siempre están juntas!".

La agresión masculina puede elevarse en el contexto de las citas amorosas y el apareamiento.
©Valua Vitaly/Shutterstock

La idea de que la agresión es instintiva tampoco explica las variaciones en agresividad de una persona a otra y de una cultura a otra. ¿Cómo puede explicar un instinto agresivo compartido de los seres humanos la diferencia entre los pacíficos iroqueses antes de la llegada de los invasores blancos y los iroqueses hostiles después de la invasión (Hornstein, 1976)? Aunque la agresión tiene una influencia biológica, la propensión humana a agredir no cumple con los requisitos de conducta instintiva.

Sin embargo, a veces la agresión tiene sus raíces en los impulsos evolutivos básicos. A lo largo de gran parte de la historia humana, la agresión ha sido en especial adaptativa para los varones, señalan los psicólogos evolutivos como John Archer (2006) y Francis McAndrew (2009). La agresión deliberada mejoró las probabilidades de supervivencia y reproducción. Los perdedores, indicó McAndrew, "corrían el riesgo de aniquilación genética".

Es frecuente que la agresión relacionada con el apareamiento ocurra cuando los varones compiten con otros hombres. En un estudio, los hombres en los que se facilitó que pensaran en el apareamiento transmitieron descargas más intensas y prolongadas de ruido doloroso contra otro hombre que los provocaba. Los psicólogos evolutivos también plantean una teoría del "gen egoísta" de las relaciones entre el parentesco genético y la agresión, incluyendo el dato estadístico desafortunado de que los varones tienen muchas más probabilidades de dañar a sus hijastros que a sus hijos genéticos (Archer, 2013).

Es posible que los varones también presenten agresión cuando se pone en riesgo su estatus social. "La violencia cometida contra las personas correctas en el momento correcto era el boleto al éxito social", señala McAndrew. Considere a Charles Barkley, el jugador de baloncesto profesional, quien estaba bebiendo en un bar en 1997 cuando un hombre le lanzó un vaso con agua. De inmediato, Barkley lanzó al hombre a través de un ventanal, a pesar de que el agua no lo lastimó; existía la posibilidad de que el hombre podría haberlo atacado de nuevo, pero a Barkley lo arrestaron luego de unos cuantos minutos de cometer la agresión. Sin embargo, los testigos elogiaron al jugador en los reportajes noticiosos, al parecer impresionados por su agresión. Cuando le preguntaron a Barkley si lamentaba haber arrojado al hombre por la ventana, respondió: "Lamento que no estuviéramos en un piso más alto" (Griskevicius et al., 2009).

En apariencia, Barkley no es un caso aislado. A lo largo de tres experimentos, algunos universitarios varones motivados a aumentar su estatus fueron más agresivos hacia otros hombres en confrontaciones frente a frente (Griskevicius et al., 2009). La agresión basada en el estatus también ayuda a explicar por qué es más alta durante la adolescencia y adultez temprana, cuando la competencia por el estatus y las parejas es más intensa. Aunque la violencia recibe menos recompensa que antes, los jóvenes que riñen por alcanzar estatus y parejas siguen destacándose en muchos bares y campus en todo el mundo. A veces, la pelea por el estatus se lleva a los extremos; como escribe Jill Filipovic (2017): "Otro tiroteo masivo en Estados Unidos, otra ronda de preguntas: '¿tenía una motivación política? ¿Estaba mentalmente enfermo?...' Pero una pregunta que nunca se hace es: ¿El tirador era hombre? La respuesta siempre es la misma". Noventa y ocho por ciento de los agresores en tiroteos masivos son varones, una proporción de 24 a 1 (Stone, 2015).

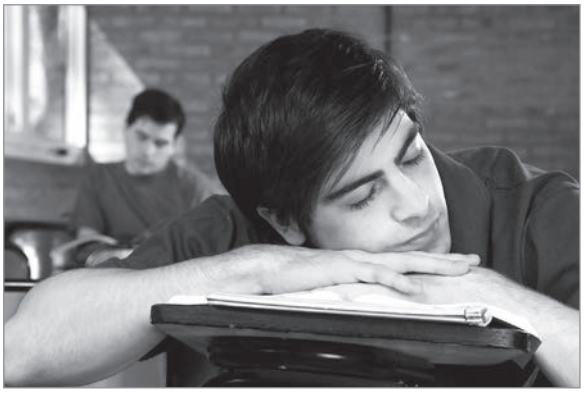
Influencias neurales

Debido a que la agresión es una conducta compleja, no hay un sitio específico del cerebro que la controle. Pero los investigadores han encontrado sistemas neurales en el cerebro tanto de animales como de humanos que facilitan la agresión. Cuando los científicos activan estas áreas cerebrales, la hostilidad aumenta; cuando las desactivan, la hostilidad disminuye. En consecuencia, es posible provocar furia en animales dóciles y someter a los animales furiosos, en general, al estimular su hipotálamo (Falkner et al, 2016; Falkner y Lin, 2014).

En un experimento, los investigadores colocaron un electrodo en un área inhibidora de la agresión en el cerebro de un mono dominante. Un mono de menor tamaño, al que se le dio un botón que activaba el electrodo, aprendió a presionarlo cada vez que el mono tiránico se volvía intimidante. La activación cerebral también funciona con los humanos. Después de recibir estimulación eléctrica indolora en su amígdala (un área cerebral central que participa en la emoción) una mujer

se puso furiosa y estrelló su guitarra contra la pared, apenas a unos centímetros de la cabeza de su psiquiatra (Moyer, 1976, 1983).

¿Esto significa que los cerebros de las personas violentas son anormales en algún sentido? Para averiguarlo, Adrian Raine y sus colegas (1998, 2000, 2005, 2008) usaron escaneos cerebrales para medir la actividad cerebral en homicidas y para medir la cantidad de sustancia gris en varones con trastorno de conducta antisocial. Encontraron que la corteza prefrontal, que actúa como freno de emergencia en las áreas más profundas del cerebro que participan en el comportamiento agresivo, estaba 14% menos activa de lo normal en los homicidas (excluyendo a aquellos que sufrieron abuso de sus padres) y era 15% más pequeña en los hombres antisociales. Otro estudio encontró que los hombres más agresivos y violentos tenían amígdalas más pequeñas (Pardini et al., 2014). Como confirman otros estudios con asesinos e internos en pabellones de la muerte, los cerebros anormales pueden contribuir a comportamiento agresivo anormal (Davidson et al., 2000; Lewis, 1998; Pincus, 2001). Los factores situacionales también pueden tener un papel: la privación de sueño reduce la actividad en la corteza prefrontal, un área del cerebro responsable del autocontrol. En individuos propensos a la agresión, la falta de sueño puede conducir a comportamiento violento y agresivo (Kamphuis et al., 2012). Incluso en una muestra de 425 estudiantes universitarios normales en Alemania, aquellos que durmieron menos horas fueron más agresivos de manera física y verbal (Randler y Vollmer, 2013).



Otra razón para dormir suficiente: con frecuencia, las personas agresivas están cansadas.
©Lorena Fernandez/Shutterstock

Pero, ¿qué hay respecto a la enfermedad mental? Cuándo se revelan noticias de tiroteos masivos, a menudo los políticos culpan a la enfermedad mental (“La reforma de salud mental es el ingrediente esencial para garantizar que podamos tratar y prevenir” los tiroteos masivos, comentó en 2017 el vocero de la Cámara de Representantes de Estados Unidos, Paul Ryan [Fuller, 2017]). De hecho, ser joven, varón o estar borracho es un mejor factor de predicción de la violencia que la enfermedad mental (Corrigan et al., 2005; Metzl y MacLeish, 2014) y 78% de los agresores en este tipo de tiroteos no presentan enfermedad mental (Stone, 2015). Si alguien curara mágicamente de la noche a la mañana la esquizofrenia, el trastorno bipolar y la depresión, los delitos violentos en Estados Unidos disminuirían en solo 4%, según el profesor de la Universidad Duke, Jeffrey Swanson (Swanson, 2016). Las personas con trastornos mentales tienen mayor probabilidad de ser víctimas que perpetradores de la violencia (Brekke et al., 2001).

Influencias genéticas

La herencia influye en la sensibilidad del sistema neural a las señales agresivas. Desde hace mucho tiempo se sabe que es posible criar a los animales de modo que sean agresivos. A veces esto se hace con propósitos prácticos (como la cría de gallos de pelea) y a veces con propósitos de investigación. La psicóloga finlandesa, Kirsti Lagerspetz (1979), tomó ratones albinos y crió juntos a los más agresivos; luego hizo lo mismo con los menos agresivos. Después de repetir el procedimiento por 26 generaciones, tuvo un conjunto de ratones feroces y uno de ratones mansos.

La agresividad también varía entre individuos (Asher, 1987; Bettencourt et al., 2006; Denson et al., 2006; Olweus, 1979). Nuestros temperamentos (qué tan temperamentales somos y qué tanto reaccionamos) son en parte algo que traemos con nosotros a este mundo, influidos por la capacidad de reacción de nuestro sistema nervioso simpático (Kagan, 1989; Wilkowski y Robinson, 2008). En general, el temperamento que exhibe una persona en la infancia perdura (Larsen y Diener, 1987; Wilson y Matheny, 1986). Un niño de 3 años que tiene poco autocontrol será más vulnerable al abuso de drogas y tendrá más probabilidades de ser arrestado cuando tenga 32 años (Moffitt et al., 2011). Un niño que no es agresivo a los 8 años muy probablemente seguirá siendo poco agresivo a los 48 (Huesmann et al., 2003). Por ende, cuando se interroga por separado a los gemelos idénticos, tienen mayor probabilidad de coincidir en un temperamento violento o de haber estado en peleas, en comparación con los gemelos fraternos (Rowe et al., 1999; Rushton et al., 1986). De los delincuentes convictos que son gemelos, la mitad de sus gemelos idénticos (pero solo uno de cada cinco gemelos fraternos) también tiene antecedentes delictivos (Raine, 1993, 2008).

En un estudio en el que se examinó a 12.5 millones de residentes de Suecia, aquellos con hermanos genéticos condenados por un delito violento tenían una probabilidad cuatro veces mayor

de tener también una condena. Las tasas son mucho menores para los hermanos adoptivos, lo cual sugiere un fuerte componente genético y una influencia ambiental más moderada (Frisell et al., 2011). La investigación reciente identifica un gen específico (MAOA-L) vinculado con la agresión; algunos incluso lo llaman el "gen guerrero" o el "gen de la violencia". Entre 900 delincuentes en Finlandia, aquellos con el gen tenían una probabilidad 13 veces mayor de cometer delitos violentos de forma repetida, lo cual explica hasta 10% de los crímenes violentos en ese país (Tiihonen et al., 2015). En los estudios de laboratorio, las personas con el gen tuvieron mayor probabilidad de actuar de manera agresiva cuando los provocaban (Ficks y Waldman, 2014; McDermott et al., 2009). Los estudios de largo plazo que dieron seguimiento a varios cientos de niños en Nueva Zelanda revelan que una receta de la conducta agresiva es la combinación del gen MAOA-L con el maltrato en la infancia (Caspi et al., 2002; Moffitt et al., 2003). Pero ni los "malos" genes ni el "mal ambiente" por sí solos predisponen a la agresividad y al comportamiento antisocial en una etapa posterior; más bien, los genes predisponen a algunos niños a ser más sensibles y a reaccionar al maltrato. Es una interacción entre naturaleza y crianza.

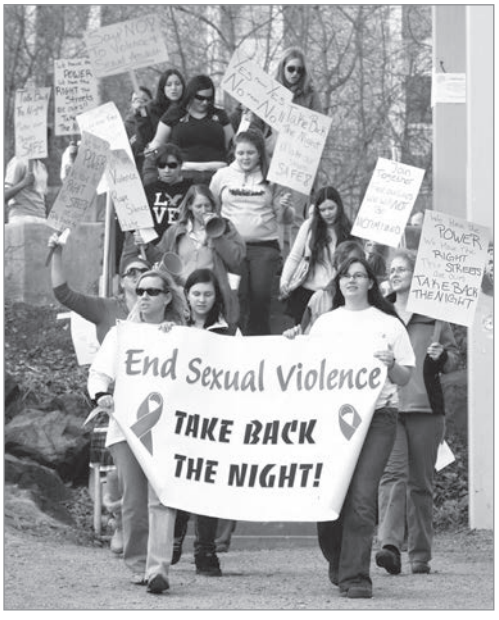
Influencias bioquímicas

Las sustancias químicas en la sangre también influyen en la sensibilidad neural a la estimulación agresiva.

Algunos delincuentes sexuales violentos que desean liberarse de los impulsos persistentes y dañinos, y reducir sus condenas de prisión, han solicitado la castración. ¿Debería concedérsele su petición? En ese caso, y si se considera que ya no están en riesgo de cometer violencia sexual, ¿sus condenas deberían reducirse o eliminarse?

ALCOHOL Tanto los experimentos de laboratorio como los datos policiacos indican que el alcohol desata la agresión ante una provocación (Bushman, 1993; Taylor y Chermack, 1993; Testa, 2002). Un enorme análisis de estudios confirmó que el consumo del alcohol se asocia con mayores niveles de agresión, en especial en los varones (Duke et al., 2018). Consideremos lo siguiente:

- Cuando se les pide recordar los conflictos de relación, las personas ebrias administran choques más intensos y sienten más enojo que las personas sobrias durante experimentos de laboratorio (MacDonald et al., 2000).
- Los estudiantes universitarios en los que se facilitó que pensaran en el alcohol respondieron con mayor agresión hacia insultos ambiguos (Pedersen et al., 2014). En apariencia, el alcohol condujo a interpretar como hostiles las afirmaciones neutras.
- Cuarenta por ciento de todos los delitos violentos en Estados Unidos, y 50% de los homicidios en todo el mundo, involucraron uso de alcohol (Kuhns et al., 2014). En 37% de las violaciones y agresiones sexuales en Estados Unidos se encontró implicado el alcohol (NCADD, 2014). Los estados con leyes más restrictivas para la venta de bebidas alcohólicas también tienen tasas menores de homicidios relacionados con el alcohol (Naimi et al., 2017).
- Estudiantes universitarios a quienes se dio seguimiento durante dos meses por medio de diarios electrónicos mostraron un patrón claro: aquellos que bebieron alcohol tuvieron mayor probabilidad de actuar en forma agresiva hacia sus parejas. Las tasas de maltrato subieron a medida que aumentó el número de tragos (Moore et al., 2011).
- Los hombres corpulentos que bebían alcohol fueron mucho más agresivos luego de beber alcohol, pero las bebidas alcohólicas tuvieron poco efecto en la agresión de las mujeres o de los hombres más pequeños. Los investigadores señalan que el alcohol pareció alentar a los "hombres corpulentos a 'usar su peso' para intimidar a otros comportándose de manera agresiva" (DeWall et al., 2010). En apariencia, la gente en realidad sabe lo que hace cuando evita al tipo gordo y borracho en un bar.



Alcohol y agresión sexual. Una de cada cinco mujeres en edad universitaria sufre una agresión sexual y muchos de estos delitos involucran el alcohol.
©ZUMA Press Inc/Alamy Stock Photo

El alcohol potencia la agresividad al reducir la conciencia de las personas sobre sí mismas, al enfocar su atención en la provocación y al producir que asocien mentalmente el alcohol con la agresión (Barholow y Heinz, 2006; Giancola y Corman, 2007; Ito et al., 1996). El alcohol también predispone a la gente a interpretar los hechos ambiguos (como un empujón dentro de una multitud) como provocaciones (Begue et al., 2010) y provoca desindividuación y desinhibición.

TESTOSTERONA Las influencias hormonales parecen ser mucho más fuertes en otros animales que en los seres humanos. Pero la agresividad humana sí se correlaciona con la testosterona, la hormona sexual masculina. Considere lo siguiente:

- Los fármacos que reducen las concentraciones de testosterona en varones humanos violentos refrenarán sus tendencias agresivas.
- Después de que los hombres llegan a los 25 años, sus concentraciones de testosterona y sus tasas de delitos violentos disminuyen a la par.
- Las concentraciones de testosterona son más altas en individuos encarcelados por delitos violentos planeados y no provocados, en comparación con aquellos condenados por delitos no violentos (Dabbs, 1992; Dabbs et al., 1995, 1997, 2001).
- Entre el rango normal de niños varones y hombres, aquellos con altas concentraciones de testosterona son más propensos a la delincuencia, uso de drogas duras y respuestas agresivas frente a la provocación (Archer, 1991; Barzman et al., 2013).
- Los varones más dominantes o con menor autocontrol que recibieron una dosis de testosterona se volvieron más agresivos luego de provocarlos (Carré et al., 2017).
- Los estudiantes universitarios que reportaron niveles más altos de enojo después de que los excluyeron tenían concentraciones mayores de testosterona en su saliva (Peterson y Harmon-Jones, 2012).
- Después de manejar un arma de fuego, las concentraciones de testosterona de los hombres se elevan; y mientras más aumenta esta hormona, más agresivos son hacia los demás (Klinesmith et al., 2006).
- Las personas con estructuras cerebrales indicativas de mayor exposición a la testosterona fueron más agresivas de la infancia a la adultez (Nguyen et al., 2016).

"Podríamos evitar dos terceras partes de todos los delitos si solo ponemos a todos los varones jóvenes y físicamente aptos en sueño criogénico de los 12 a los 28 años".

—David Lykken, *Las personalidades antisociales,* 1995

DIETA DEFICIENTE Cuando el investigador británico, Bernard Gesch, hizo su primer intento por estudiar el efecto de la dieta en la agresión, se paró frente a cientos de internos en una prisión inglesa pero, sin importar cuánto gritara, ninguno de ellos lo escuchó. Al final habló en privado con "papi", el "tipo rudo" que era líder de los internos, y 231 internos se inscribieron para recibir suplementos nutricionales o placebo. Los prisioneros que recibieron la nutrición adicional participaron en 35% menos incidentes violentos (Gesch et al., 2002; Zaalberg et al., 2010). Es posible que tales programas también ayuden a la larga a las personas que no están en prisión, porque muchas personas tienen una dieta deficiente en nutrimentos importantes, como los ácidos grasos omega 3 (que se encuentran en el pescado y son importantes para el funcionamiento cerebral) y el calcio (que protege contra la impulsividad).

En otro estudio, los investigadores encuestaron a los estudiantes de bachilleratos públicos en Boston acerca de sus dietas y sus actos agresivos o violentos. Aquellos que bebían más de cinco latas de refresco comunes por semana tuvieron mayor probabilidad de ser más violentos hacia sus compañeros, hermanos o parejas, y también tuvieron mayor probabilidad de portar un arma, como una pistola o un cuchillo. Esto fue cierto incluso después de que los investigadores tomaron en cuenta otros ocho factores posibles (Solnick y Hemenway, 2012). Otro estudio correlativo encontró que los hombres y mujeres que consumían más grasas trans, también conocidas como aceites hidrogenados, eran más agresivos, incluso después de ajustar terceros factores (Golomb et al., 2012). De modo que, quizá sorprendentemente, es posible que haya cierto grado de verdad en la clásica "defensa del Twinkie", en la que los abogados de un hombre acusado de homicidio arguyeron que se había estado alimentando con comida chatarra: Twinkies y Coca-Cola. La conclusión es que, para reducir la agresión, ingiera una dieta alta en ácidos grasos omega 3, baja en grasas trans y sin bebidas endulzadas.

Hombres jóvenes e intranquilos. En los disturbios de 2011 que se propagaron por las ciudades inglesas, una cantidad abrumadora de los arrestados compartían una característica genética (un cromosoma Y) y eran adolescentes o personas que apenas pasaban los 20 años y que estaban gobernados por la testosterona (*The Guardian,* 2011).
©Matt Dunham/AP Images

INTERACCIÓN ENTRE LA BIOLOGÍA Y EL COMPORTAMIENTO El tránsito entre la biología y el comportamiento corre en ambos sentidos. Por ejemplo, las mayores concentraciones de testosterona pueden causar una conducta dominante y agresiva, pero la conducta dominante y agresiva también puede conducir a mayores concentraciones de dicha hormona (Mazur y Booth, 1998). Después de un partido de fútbol soccer de la Copa Mundial o de un importante juego de baloncesto entre archirrivales, los niveles de testosterona se elevan entre los fanáticos del equipo ganador, y descienden entre los fanáticos perdedores (Bernhardt et al., 1998). Resultados similares ocurrieron entre hombres que votaron por el candidato presidencial ganador en Estados Unidos en 2008 (Barack Obama), en comparación con los del candidato perdedor (John McCain) (Stanton et al., 2009). El fenómeno también ocurre en el laboratorio, donde los varones socialmente ansiosos exhiben una caída pronunciada en su concentración de testosterona después de perder una competencia amañada frente a frente (Maner et al., 2008). El aumento repentino de esta hormona, más las bebidas alcohólicas ingeridas por la celebración, quizás explican el hallazgo de los investigadores de la Universidad de Cardiff acerca de que los fanáticos de equipos de fútbol soccer y rugby *ganadores* cometen más agresiones posteriores al juego, en comparación con los fanáticos de los equipos perdedores (Sivarajasingam et al., 2005).

De modo que las influencias neurales, genéticas y bioquímicas predisponen a algunas personas a reaccionar en forma agresiva ante el conflicto y la provocación. Pero ¿la agresión es una parte tan sustancial de la naturaleza humana que vuelve imposible alcanzar la paz? La American Psychological Association y el International Council of Psychologists refrendan una declaración sobre la violencia que desarrollaron los científicos de una docena de países (Adams, 1991): "Desde el punto de vista científico es incorrecto [decir que] la guerra o cualquier otra conducta violenta está genéticamente programada dentro de nuestra naturaleza humana [o que] la guerra es producto del 'instinto' o de cualquier motivación única". En consecuencia, existen maneras de reducir la agresión humana, como veremos más adelante.

AGRESIÓN COMO RESPUESTA A LA FRUSTRACIÓN

teoría de frustración-agresión
La teoría de que la frustración detona la disposición a agredir.

frustración
Bloqueo del comportamiento dirigido a una meta.

Es una tarde calurosa. Cansado y sediento después de dos horas de estudio, pide prestado un poco de cambio a un amigo y se dirige a la máquina de refrescos más cercana. Cuando la máquina devora su dinero, casi puede sentir el sabor del frío refresco de cola. Pero cuando oprime el botón, la máquina no responde. Lo presiona de nuevo. Después pulsa el botón para que le regrese la moneda. Sigue sin respuesta y oprime de nuevo los botones. Golpea la máquina y, lamentablemente, no recibe ni el dinero ni la bebida. Regresa a sus estudios dando grandes zancadas, con las manos vacías y menos dinero en la bolsa. ¿Su compañero de cuarto debería estar prevenido? ¿Tiene más probabilidades de decir o hacer algo hiriente?

La agresión detonada por la frustración aparece a veces como ira del conductor. Este tipo de ira se alimenta de las percepciones de intenciones hostiles de otros conductores, como cuando alguien se le cruza en el tránsito (Britt y Garrity, 2006).
©O. Burriel/Science Source

Una de las primeras teorías psicológicas de la agresión, la popular **teoría de frustración-agresión**, dice que sí. La frustración es cualquier cosa (como la máquina expendedora defectuosa) que nos impide lograr una meta. La **frustración** aumenta cuando nuestra motivación para lograr una meta es muy fuerte, cuando esperamos gratificación y cuando el bloqueo es completo. Cuando Rupert Brown y sus colegas (2001) encuestaron a los pasajeros de un transbordador británico que iba a Francia, encontraron más actitudes agresivas el día en que los barcos pesqueros franceses bloquearon el puerto, impidiendo su viaje. Obstaculizados para obtener su meta, los pasajeros tuvieron más probabilidades (al responder a diversas imágenes) de coincidir con un insulto hacia un francés que derramó café. Los estudiantes universitarios frustrados por haber perdido un videojuego de fútbol soccer con jugadores múltiples atacaron a sus oponentes con descargas más largas y fuertes de ruido intenso (Breuer et al., 2014). Con frecuencia, el ciberacoso tiene su base en la frustración, como después de un rompimiento. Algunos ciberacosadores dirigen su agresión hacia la persona que ahora sale con su ex pareja. Una mujer describió su experiencia de este modo: "Una chica estaba molesta de que saliera con su ex novio. Me acosaba con mensajes de texto en los que me decía que era una mala amiga y una zorra" (Rafferty y Vander Ven, 2014).

No es necesario que la energía agresiva explote de manera directa contra su fuente. La mayoría de la gente aprende a inhibir la represalia directa, en especial cuando otros podrían desaprobarla o castigarla; en lugar de ello, *desplazamos* o redirigimos nuestras hostilidades hacia objetivos más seguros. El **desplazamiento** ocurre como en la antigua anécdota acerca del hombre que, humillado por su jefe, reprende a su esposa, quien entonces le grita a su hijo, quien patea al perro y, en consecuencia, este muerde al cartero (quien se va a casa y reprende a su esposa...). En los experimentos y en la vida real, es más probable que la agresión se desplace cuando el objetivo comparte alguna semejanza con el instigador y cuando este comete algún acto irritante menor que desata la agresión desplazada (Marcus-Newhall et al., 2000; Miller et al., 2003; Pedersen et al., 2000, 2008). Cuando alguien contiene enojo por una provocación previa, incluso una ofensa trivial puede producir una sobrerreacción explosiva (como quizá vea usted mismo si alguna vez le gritó a su compañero de cuarto después de perder dinero en una máquina expendedora defectuosa).

desplazamiento
Redirección de la agresión hacia otro objetivo que no es la fuente de la frustración. En general, el nuevo objetivo es más seguro o más socialmente aceptable.

En un experimento, Eduardo Vasquez y sus colegas (2005) provocaron a algunos estudiantes de la Universidad del Sur de California (pero no a otros) cuando uno de los experimentadores insultó su desempeño en una prueba de solución de anagramas. Poco después, los estudiantes tenían que decidir el tiempo que otro supuesto estudiante debería sumergir la mano en agua extremadamente fría mientras realizaba una tarea. Cuando el supuesto estudiante cometía una ofensa trivial, al insultar de modo sutil, los participantes sometidos antes a la provocación respondieron en forma punitiva, recomendando un tratamiento más largo con el agua fría que los participantes no provocados. Vasquez señaló que este fenómeno de la agresión desplazada nos ayuda a comprender por qué una persona que fue provocada antes, y todavía enojada, podría responder a una ofensa leve en el tránsito con ira del conductor, o reaccionar de manera abusiva a las críticas de su cónyuge. También ayuda a explicar los datos obtenidos en un análisis de casi 5 millones de turnos al bate en 74 197 juegos de béisbol de ligas mayores desde 1960, en los que los lanzadores frustrados tuvieron mayor probabilidad de golpear a los bateadores que hubieran bateado un jonrón en la última ocasión que estuvieron al bate, o después de que el bateador anterior lo hubiera hecho (Timmerman, 2007).

Nótese que la teoría de frustración-agresión está diseñada para explicar la agresión hostil, no la agresión instrumental.

Los objetivos de exogrupos son vulnerables en forma especial a la agresión desplazada (Pedersen et al., 2008). Los opuestos se atacan. Diversos comentaristas han señalado que el enojo comprensiblemente grande de los estadounidenses luego del 11 de septiembre contribuyó a la disposición a atacar a Irak. Los estadounidenses buscaban una salida a su ira y la encontraron en el tirano Saddam Hussein, quien alguna vez fue su aliado. Thomas Friedman (2003) señala que la verdadera razón de la guerra contra Irak "fue que después del 11 de septiembre, Estados Unidos necesitaban pegarle a alguien en el mundo árabe musulmán... Golpeamos a Saddam por una simple razón: porque podíamos y porque se lo merecía y porque estaba justo al centro de ese mundo". Uno de los defensores de la guerra, el vicepresidente Richard Cheney (2003) pareció coincidir. Cuando se le preguntó por qué la mayoría del resto del mundo estaba en desacuerdo con la guerra de Estados Unidos, respondió: "Porque no experimentaron el 11 de septiembre".

Teoría revisada de frustración-agresión

Las pruebas de laboratorio de la teoría de frustración-agresión han producido resultados contradictorios: a veces la frustración aumentaba la agresividad, y a veces no. Por ejemplo, si la frustración era comprensible, por ejemplo, si en un experimento, un cómplice del experimentador alteraba la solución de problemas en grupo porque su aparato auditivo no funcionaba bien (en lugar de tan solo porque no prestaba atención), la frustración conducía a irritación, pero no a agresión (Burnstein y Worchel, 1962).

Leonard Berkowitz (1978, 1989) se percató de que la teoría original daba importancia exagerada a la conexión entre frustración y agresión, de modo que la revisó. Berkowitz teorizó que la frustración produce agresión solo cuando la gente se molesta, por ejemplo, cuando alguien que los frustra pudo haber elegido actuar de otra forma, conduciendo a sentimientos de enojo (Averill, 1983; Weiner, 1981). Por ejemplo, muchas personas se frustran en sus metas cuando juegan un deporte, pero en general no son agresivas, a menos que un acto deliberado e injusto de un jugador contrario los enoje.

Una persona frustrada tiene una probabilidad especialmente alta de arremeter contra alguien cuando las señales agresivas destapan el enojo contenido (**figura 10.1**). A veces, el tapón que detiene el enojo se abre sin que existan tales señales. Pero, como veremos, las señales asociadas con la agresión la amplifican (Carlson et al., 1990).

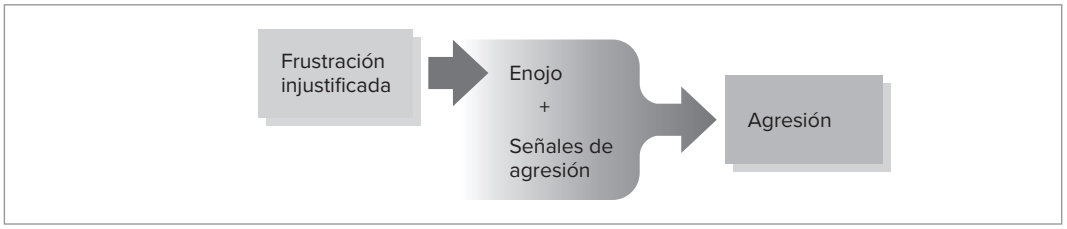


FIGURA 10.1
Sinopsis de la teoría revisada de frustración-agresión de Leonard Berkowitz.

Privación relativa

La frustración no solo proviene de la privación completa; con más frecuencia, *la frustración surge de la discrepancia entre expectativa y logros*. Las personas con mayor frustración económica quizá no sean los residentes pobres de los barrios miserables africanos, que podrían no conocer otro modo de vida, sino los estadounidenses de clase media que aspiran a la riqueza, o por lo menos a la clase media alta. Cuando sus logros satisfacen sus expectativas, y cuando sus ingresos le permiten alcanzar sus deseos, se siente satisfecho en lugar de frustrado (Solberg et al., 2002). Pero cuando ser rico es algo que le parece fuera de su alcance, el resultado podría ser la agresión.

privación relativa
La percepción de que uno tiene una situación menos afortunada que los demás con quienes uno se compara.

Tales sentimientos, conocidos como **privación relativa**, explican por qué la felicidad tiende a ser menor, y las tasas de criminalidad tienden a ser más altas, en países con mayor desigualdad en los ingresos (la discrepancia más grande entre ricos y pobres [Coccia, 2018]). Mientras más grande es la discrepancia de ingresos, mayor es la sensación de que los demás tienen algo que usted no (Cheung y Lucas, 2016). Los hombres jóvenes de bajos ingresos en Gran Bretaña que viven cerca de vecinos ricos, aquellos más conscientes de lo que se están perdiendo, fueron más agresivos que los chicos rodeados de pobreza concentrada (Odgers et al., 2015). Entre los estudiantes universitarios, aquellos que notificaron sufrir estrés durante una recesión económica fueron más agresivos y aquellos asignados en forma aleatoria a ver un reportaje sobre el deterioro de la economía informaron sentir más hostilidad (Barlett y Anderson, 2014). Las personas que consideraban estar en un nivel socioeconómico más bajo, fuera cierto o no, fueron más agresivos, al igual que aquellos asignados a una situación que les hacía sentir una privación relativa en comparación con otros (Greitemeyer y Sagioglou, 2016).

"La comparación es la ladrona de la alegría".
—Theodore Roosevelt (1858-1919)

Los investigadores que estudiaban la satisfacción que sentían los soldados estadounidenses en la Segunda Guerra Mundial fueron quienes acuñaron el término *privación relativa* (Merton y Kitt, 1950; Stouffer et al., 1949). Irónicamente, los pilotos de la Fuerza Aérea se sentían más frustrados acerca de su propia tasa de ascensos que los pertenecientes a la policía militar, para quienes los ascensos eran en realidad menores. La tasa de ascenso en la Fuerza Aérea era rápida y es probable que la mayor parte del personal se percibiera como mejor que el miembro promedio de ese mismo cuerpo (el sesgo en beneficio propio). Por ende, sus aspiraciones eran mucho mayores que sus logros y el resultado era la frustración.

"Es posible que una casa sea grande o pequeña; en tanto las casas circundantes sean igual de pequeñas, se satisfacen todas las demandas sociales de vivienda. Pero si se erige un palacio junto a la casita, esta se encogerá hasta convertirse en una choza".
—Karl Marx, "Trabajo asalariado y capital", 1847

Una posible fuente de tal frustración en la actualidad es la riqueza representada en los programas y comerciales de la televisión. En las culturas donde el televisor es un electrodoméstico universal, este ayuda a convertir la privación absoluta (carecer de lo que los otros tienen) en una privación relativa (sentirse privado). Karen Hennigan y sus colaboradores (1982) analizaron las tasas de criminalidad en las ciudades de Estados Unidos alrededor de la época en que se introdujo la televisión. En 34 ciudades donde la posesión de un televisor se volvió generalizada en 1951, la tasa de robo mayor (para delitos como hurto y robo de bicicletas) en ese mismo año se elevó de manera evidente. En otras 34 ciudades, donde el bloqueo del gobierno demoró la introducción de los televisores hasta 1955, ocurrió un aumento notable en la tasa de robo: en 1955.

AGRESIÓN COMO COMPORTAMIENTO SOCIAL APRENDIDO

Las teorías de la agresión basadas en el instinto y la frustración suponen que la pulsión hostil proviene de las emociones internas, que naturalmente "presionan" la salida de la agresión desde el interior. Los psicólogos sociales también sostienen que el aprendizaje "saca" la agresión de nosotros.

Las recompensas de la agresión

La agresión como venganza puede causar una sensación satisfactoria: la mayoría de la gente informa sentirse bien después de meterle alfileres a un muñeco vudú que representa una persona odiada (Chester et al., 2017). También tiene otras recompensas: mediante la experiencia y la observación de otros, aprendemos que con frecuencia la agresión nos reditúa una ganancia. Un niño que intimida con éxito a otros niños al ser agresivo, quizás se volverá cada vez más pendenciero (Patterson et al., 1967). Los jugadores agresivos de hockey, aquellos enviados con más frecuencia a la banca de castigo por juego rudo, anotan más goles que los jugadores no violentos (McCarthy y Kelly, 1978a, b). Los adolescentes canadienses que juegan hockey, y cuyos padres aplauden el juego físicamente agresivo, muestran las actitudes y estilo de juego más pendencieros (Ennis y Zanna, 1991). En las costas de Somalia, pagar el rescate a los secuestradores de barcos, una cifra reportada de 150 millones de dólares en 2008 (BBC, 2008), recompensó a los piratas, con lo cual se indujo a otros secuestros. En tales casos, la agresión es instrumental en el logro de ciertas recompensas.

Lo mismo ocurre con los actos terroristas, que permiten que personas impotentes obtengan una atención generalizada. "Los objetivos principales de los ataques suicidas con bombas no son aquellos que salen lesionados, sino quienes fueron testigos de ello a través de la cobertura mediática", señalaron Paul Marsden y Sharon Attia (2005). El propósito del terrorismo es aterrorizar con ayuda de la amplificación de los medios de comunicación. "Si matas a uno, atemorizarás a mil", afirma un antiguo proverbio chino. Privado de lo que la ex primera ministra británica Margaret Thatcher llamó "el oxígeno de la publicidad", el terrorismo seguramente disminuiría, concluyó Jeffrey Rubin (1986). Es como los incidentes ocurridos en la década de 1970 en que espectadores desnudos corrían a toda velocidad por los campos de futbol americano para obtener unos cuantos segundos de exposición en televisión. Después de que las cadenas televisivas decidieron no transmitir los incidentes, el fenómeno terminó.

Aprendizaje observacional

Albert Bandura (1997) propuso una **teoría del aprendizaje social** de la agresión. Creía que aprendemos la agresión no solo al experimentar sus beneficios, sino también al observar a otros. Como con la mayoría de los comportamientos sociales, aprendemos la agresión observando cómo actúan otras personas y percatándonos de las consecuencias.

teoría del aprendizaje social
La teoría de que aprendemos el comportamiento social a través de la observación e imitación y al recibir recompensas y castigos.

Imagine esta escena de uno de los experimentos de Bandura (Bandura et al., 1961). Se pone a una niña preescolar a trabajar en una actividad artística interesante. Una adulta está en otra parte de la habitación, donde hay juegos de construcción, un mazo y un enorme muñeco "Bobo" inflable. Después de un minuto de jugar con los juegos de construcción, la adulta se levanta y durante cerca de 10 minutos, ataca al muñeco inflable. Lo golpea con el mazo, lo patea y lo arroja, mientras grita "Pégale en la nariz... Tíralo... Patéalo".

Después de observar este arranque, se lleva a la niña a una habitación diferente con muchos juguetes muy atractivos. Pero después de dos minutos, el experimentador interrumpe diciendo que estos son sus mejores juguetes y que debe "guardarlos para los demás niños". Ahora, la niña frustrada va a una tercera habitación con diversos juguetes diseñados para juego agresivo y no agresivo, dos de los cuales son un muñeco Bobo y un mazo.

Los niños que no estuvieron expuestos al modelo adulto agresivo rara vez mostraron cualquier tipo de juego o plática ofensivos. Aunque estaban frustrados, de todos modos jugaron tranquilamente.

En el famoso experimento de Bandura, los niños expuestos a la agresión de la adulta contra un muñeco inflable se veían inclinados a reproducir la agresión observada.
Courtesy of Albert Bandura

Aquellos que observaron a la adulta agresiva tuvieron una probabilidad mucho mayor de recoger el mazo y golpear al muñeco. Observar el comportamiento agresivo de la adulta redujo sus inhibiciones. Es más, a menudo los niños reprodujeron los actos específicos y las palabras de la modelo. Observar la conducta agresiva redujo sus inhibiciones y les enseñó maneras de atacar.

Bandura (1997) creía que la vida cotidiana nos expone a los modelos agresivos en la familia, en la propia subcultura y, como veremos, en los medios de comunicación.

LA FAMILIA Es más probable que los niños agresivos desde el punto de vista físico hayan tenido padres físicamente punitivos, que los disciplinaban modelando la agresión con gritos, cachetadas y golpes (Patterson et al., 1982). Es frecuente que esos padres hayan tenido a su vez padres físicamente punitivos (Bandura y Walters, 1959; Straus y Gelles, 1980). Este tipo de comportamiento punitivo puede llevar al maltrato, y aunque la mayoría de los niños maltratados no se convierten en criminales o en padres maltratadores, 30% sí cometen maltrato posterior con sus propios hijos: 4 veces la tasa de la población general (Kaufman y Zigler, 1987; Widom, 1989). Incluso el castigo físico más leve, como las nalgadas, se vincula con agresión posterior (Gershoff, 2002; MacKenzie et al., 2015). Con frecuencia, la violencia engendra violencia.

LA CULTURA El ambiente social fuera de casa también provee modelos. En las comunidades donde se admite la imagen del "macho", la agresión se transmite con facilidad a las nuevas generaciones (Cartwright, 1975; Short, 1969). Por ejemplo, la subcultura violenta de las pandillas adolescentes proporciona modelos agresivos a sus miembros más jóvenes. Entre los adolescentes de Chicago que en otros sentidos tienen el mismo riesgo de violencia, aquellos que han sido testigos de violencia con armas de fuego tuvieron el doble de probabilidades de ser irascibles (Bingenheimer et al., 2005).

La cultura más amplia también es importante. Los varones de culturas no democráticas, con alta desigualdad de ingresos, enfocadas en enseñar a los hombres a ser combativos, que han ido a la guerra, tienen mayor probabilidad de comportarse en forma agresiva en comparación con aquellos de culturas que tienen las características opuestas (Bond, 2004).

Richard Nisbett (1990, 1993) y Dov Cohen (1996, 1998) exploraron el efecto de la subcultura en las actitudes hacia la violencia. Informaron que el sur de Estados Unidos, donde se asentaron ovejeros de origen escocés e irlandés que siempre estaban recelosos de las amenazas a sus rebaños, tiene una cultura del honor que sostiene que los insultos merecen represalia (Henry, 2009). Después de que otro hombre los empujara y de escucharlo murmurar un insulto, los hombres blancos del sur expresaron más pensamientos agresivos y experimentaron un aumento repentino de testosterona. Los varones blancos del norte tuvieron mayores probabilidades de considerar que el encuentro fue gracioso (Cohen et al., 1996). Hasta la fecha, las ciudades de Estados Unidos pobladas por sureños tienen tasas más altas que el promedio de homicidio entre blancos (Vandello et al., 2008). La mayoría de los estudiantes de áreas con una cultura del honor llevan armas a la escuela y estos estados han tenido tres veces más tiroteos escolares que los demás (Brown et al., 2009).

Las personas aprenden las respuestas agresivas tanto por experiencia como por observación de los modelos agresivos. Pero, ¿cuándo se presentarán realmente las respuestas agresivas? Bandura (1979) sostenía que los actos agresivos están motivados por una variedad de experiencias aversivas: frustración, dolor, insultos (**figura 10.2**). Tales experiencias nos estimulan desde el punto de vista

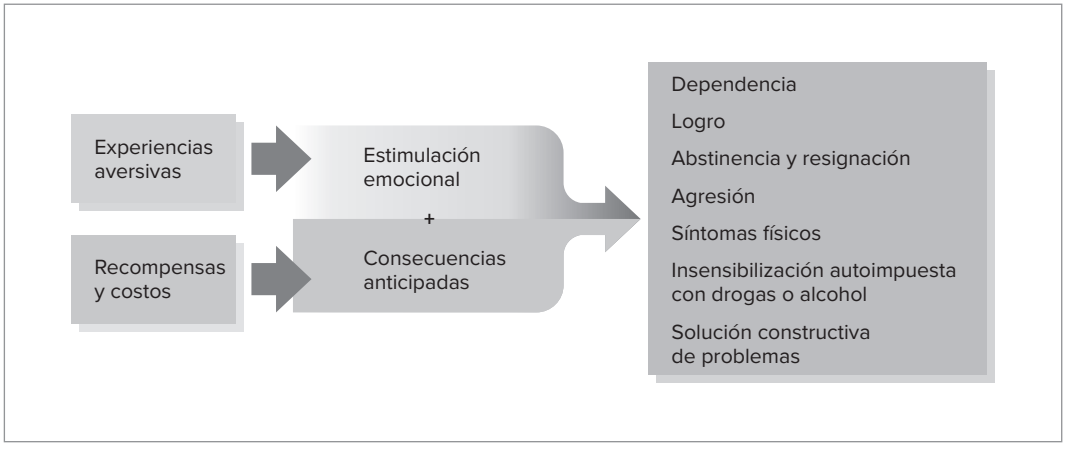


FIGURA 10.2
Perspectiva del aprendizaje social sobre la agresión
La estimulación emocional que se deriva de una experiencia aversiva motiva la agresión. El que ocurra de hecho la agresión o alguna otra respuesta depende de las consecuencias que hemos aprendido a esperar.
Fuente: Basado en Bandura, 1979, 1997.

emocional. Sin embargo, el hecho de actuar en forma agresiva depende de las consecuencias que anticipemos. La agresión es más probable cuando estamos estimulados y pelear nos parece seguro y recompensante.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son algunas teorías de la agresión?

- La *agresión* (definida como el comportamiento que tiene el propósito de causar daño) puede ser *física* (herir el cuerpo de alguien) o *social* (herir sus sentimientos o estatus). La *agresión social* incluye el acoso y el *ciberacoso* (acoso llevado a cabo en línea o a través de mensajes de texto).
- La *agresión* (sea física o social) puede ser *agresión hostil*, que se deriva de emociones como el enojo, y *agresión instrumental*, que pretende dañar como un medio para obtener algún otro fin.
- Existen tres amplias teorías de la agresión. La primera, que es la perspectiva *instintiva* y que se asocia por lo común con Sigmund Freud y Konrad Lorenz, argumentaba que la energía agresiva se acumula desde el interior, como el agua que se acopia detrás de una presa. Aunque la evidencia disponible ofrece poco apoyo para esa perspectiva, es cierto que la agresión tiene una influencia biológica de la herencia, la química en la sangre y el cerebro.
- Conforme a la segunda perspectiva, la *frustración* provoca enojo y hostilidad. Frente a señales agresivas, ese enojo puede provocar agresión. La frustración no se deriva de la privación en sí, sino de la discrepancia entre las expectativas y los logros.
- La perspectiva del *aprendizaje social* presenta a la agresión como un comportamiento aprendido. Por la experiencia y la observación del éxito de otros, a veces podemos aprender que la agresión nos reditúa beneficio. El aprendizaje social toma en cuenta las influencias familiares y subculturales en la agresión, al igual que las influencias mediáticas (que discutiremos en la siguiente sección).

¿CUÁLES SON ALGUNAS DE LAS INFLUENCIAS EN LA AGRESIÓN?

Identifique las influencias en la agresión y describa cómo funcionan.

Considere algunas influencias específicas: incidentes aversivos, estimulación, medios de comunicación y contexto grupal.

INCIDENTES AVERSIVOS

Las recetas para la agresión a menudo abarcan algún tipo de experiencia aversiva. Estas incluyen dolor, calor incómodo, un ataque o aglomeración.

Dolor

El investigador Nathan Azrin (1967) estaba realizando experimentos con ratas de laboratorio en una jaula alambrada para que administrara choques eléctricos a las patas de los animales. Azrin quería saber si eliminar los choques reforzaría las interacciones positivas de dos ratas. Planeaba encender el choque y luego, cuando las ratas se acercaran una a la otra, eliminar el dolor. Para su gran sorpresa, el experimento resultó imposible. En cuanto las ratas sentían dolor, se atacaban antes de que el experimentador pudiera apagar el choque. Mientras mayor era el choque (y el dolor), más violento era el ataque. El mismo efecto ocurrió entre una larga lista de especies, que incluye gatos, tortugas y serpientes. Los animales no eran selectivos en cuanto a los objetivos de su ataque. Atacaban a los animales de su propia especie y a los de especies diferentes, a muñecos rellenos o incluso a pelotas de tenis.

Las pautas éticas actuales restringen que los investigadores utilicen estímulos dolorosos.

Los investigadores también variaron la fuente del dolor. Encontraron que no solo los choques inducían los ataques: el calor intenso y el "dolor psicológico", por ejemplo, dejar repentinamente de recompensar a pichones hambrientos después de entrenarlos a esperar una recompensa de grano después de picotear un disco, producían la misma reacción que los choques. Este dolor psicológico es, por supuesto, frustración.

El dolor también aumenta la agresividad en los humanos. Muchos podemos recordar tal reacción después de golpearnos el dedo gordo o sufrir de un dolor de cabeza. Leonard Berkowitz y sus colaboradores demostraron este fenómeno al pedirles a los estudiantes de la Universidad de Wisconsin que mantuvieran una mano en agua tibia o en agua extremadamente fría. Aquellos que sumergieron la mano en agua helada informaron sentirse más irritados y molestos, y estuvieron más dispuestos a administrar un ruido desagradable a otra persona. En vista de tales resultados, Berkowitz (1983, 1989, 1998) propuso que la estimulación aversiva, más que la frustración, es el detonador básico de la agresión hostil. Con seguridad la frustración es un tipo importante de situación desagradable. Pero cualquier suceso aversivo, ya sea una expectativa no alcanzada, un insulto personal o el dolor físico, pueden incitar un arranque emocional. Incluso el tormento de un estado de depresión aumenta la probabilidad de un comportamiento hostil y agresivo.

Calor

Las variaciones climáticas temporales pueden afectar la conducta. Los olores desagradables, el humo del tabaco y la contaminación del aire se han vinculado con comportamiento agresivo (Rotton y Frey, 1985). Pero el irritante ambiental más estudiado es el calor. William Griffitt (1970; Griffitt y Veitch, 1971) encontraron que, en comparación con estudiantes que respondieron cuestionarios en una habitación a temperatura normal, aquellos que lo hicieron en un salón incómodamente caluroso (más de 90 °F/32 °C) informaron sentirse más agotados y agresivos, y expresaron mayor hostilidad hacia un desconocido. Los experimentos de seguimiento revelaron que el calor también activa las represalias en respuesta a un ataque o lesión (Bell, 1980; Rule et al. 1987) y que conduce a agresión solo después de que las personas sensibles enfrentan un rechazo social (Fay y Maner, 2014).

¿El calor incómodo aumenta la agresión en el mundo real, al igual que en el laboratorio? Considere lo siguiente:

- En la calurosa Phoenix, Arizona, los conductores de autos sin aire acondicionado tuvieron mayores probabilidades de tocarle la bocina a un automóvil al que se le paró el motor (Kenrick y MacFarlane, 1986).
- En un análisis de 57 293 juegos de las Ligas Mayores de béisbol desde 1952, los bateadores tuvieron mayor probabilidad de recibir pelotazos del lanzador en días calurosos: una probabilidad casi 50% mayor cuando la temperatura era de 32 °C (90 °F) o mayor (contra 15 °C [59 °F] o menor) y cuando tres de los compañeros de equipo del lanzador recibieron pelotazos antes (Larrick et al., 2011). Esto no se debió a una reducción en la precisión de los lanzamientos: los lanzadores no concedieron más bases por bola ni hicieron lanzamientos descontrolados. Simplemente golpearon a más jugadores.
- Los estudios en seis ciudades encontraron que cuando el clima es caluroso, son más probables los delitos violentos (Anderson y Anderson, 1984; Cohn, 1993; Cotton, 1981, 1986; Harries y Stadler, 1988; Rotton y Cohn, 2004).
- En todo el hemisferio norte, no solo son los días calurosos los que presentan más delitos violentos, sino también las estaciones más calurosas del año, los veranos más cálidos, los años más calurosos, las ciudades más ardientes y las regiones más calientes (Anderson y Delisi, 2010). Anderson y sus colaboradores proyectan que si ocurre un calentamiento global de alrededor de 2 °C (4 °F), los Estados Unidos específicamente verán cuando menos 50 000 agresiones graves adicionales en un año.

"Te ruego, Mercucio, retirémonos; el día es caluroso y hay Capuleto delante, y si nos encontramos, no evitaremos una reyerta. Porque en estos días calurosos, la sangre embravecida se agita".

—Shakespeare, *Romeo y Julieta,* 1597.

¿Estos hallazgos del mundo real muestran que la incomodidad del calor alimenta de manera directa la agresividad? Aunque la conclusión parece factible, estas *correlaciones* entre temperatura y agresión no lo prueban. Es evidente que las personas pueden ser más irritables en climas calurosos que hacen sudar. Además, en el laboratorio, las temperaturas cálidas sí aumentan la estimulación, y los pensamientos y sentimientos hostiles (Anderson y Anderson, 1998). Sin embargo, es posible que contribuyan otros factores. Quizá las noches veraniegas calurosas impulsen a la gente a salir a las calles, donde puede ser que otras influencias adquieran el control. Pero, de nuevo (y

esto es algo sobre lo cual discuten los investigadores), es posible que llegue un momento en que el calor sofocante suprima la violencia, cuando hace demasiado calor para hacer cualquier cosa, mucho menos herir a alguien (Bell, 2005; Bushman et al., 2005a, b; Cohn y Rotton, 2005).

Ataques

Sufrir un ataque o un insulto es especialmente provocador de agresión. Varios experimentos confirman que los ataques intencionales engendran ataques en represalia. En la mayoría de estos experimentos, una persona compite con otra en un concurso de tiempos de reacción. Después de cada ensayo, el ganador elige el nivel de choque que se administrará al perdedor. De hecho, cada persona está jugando contra un oponente programado que aumenta de modo uniforme la cantidad de choque. ¿Los participantes reales responden de manera caritativa? Es difícil. La respuesta más probable es la de "ojo por ojo" (Ohbuchi y Kambara, 1985).

Ferguson, Missouri, en agosto de 2014. Los disturbios y saqueos ocurren con más frecuencia durante la época calurosa del verano.
©Scott Olson/Getty Images

ESTIMULACIÓN

Hasta el momento, vimos que varios estímulos aversivos estimulan el enojo. ¿Otros tipos de estimulación, como la que ocurre durante el ejercicio o la excitación sexual, tienen un efecto similar? Imagine que después de terminar una carrera estimulante, Lourdes llega a casa y descubre que la persona que vería en su cita esa noche llamó para avisar que tenía otros planes. ¿Es más probable que Lourdes estalle en un ataque de furia después de correr que si hubiera encontrado el mismo mensaje luego de despertar de una siesta? O, debido a que se acababa de ejercitar, ¿eso alejará su agresión? Para descubrir la respuesta, considere cómo interpretamos y clasificamos nuestros estados físicos.

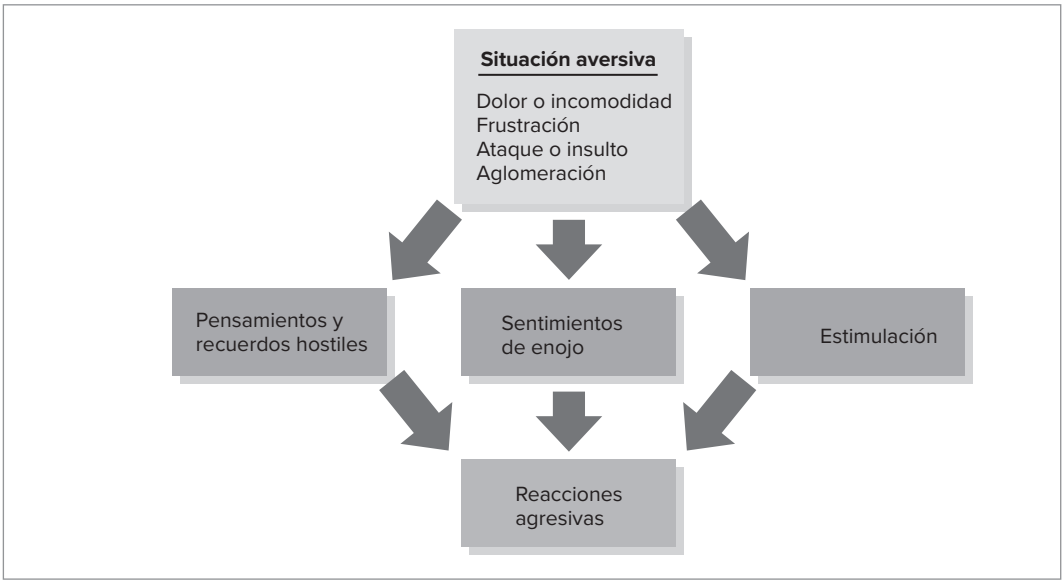
En un famoso experimento, Stanley Schachter y Jerome Singer (1962) encontraron que podemos experimentar un estado físico de estimulación de maneras diferentes. En la Universidad de Minnesota, estimularon a hombres utilizando inyecciones de epinefrina. El fármaco produce rubor, palpitaciones y frecuencia respiratoria más rápida. Cuando se les advertía por anticipado sobre los efectos del fármaco, los hombres sintieron poca emoción, aun cuando estaban sentados junto a una persona hostil o eufórica. Por supuesto, podían atribuir fácilmente sus sensaciones físicas al fármaco. Schachter y Singer le hicieron creer a otro grupo de hombres que la inyección no producía esos efectos secundarios. Luego los colocaron también en compañía de una persona hostil o eufórica. ¿Cómo se sintieron o actuaron? Se enojaron cuando estaban en compañía de la persona hostil y se divirtieron cuando estaban con la eufórica. El principio parece ser el siguiente: *un estado de estimulación se puede interpretar de diferentes modos, dependiendo del contexto*.

Otros experimentos indican que la estimulación no es tan emocionalmente indiferenciada como creía Schachter. Sin embargo, la agitación física sí puede aumentar casi cualquier emoción (Reisenzein, 1983). Por ejemplo, a las personas les resulta desagradable la estática de la radio, *en especial* cuando se les estimula con luz brillante (Biner, 1991). La gente que acaba de ejercitarse en una bicicleta o que acaba de ver el video de un concierto de rock, atribuye de manera incorrecta su exaltación a una provocación y en consecuencia toma represalias con una mayor agresividad (Zillmann et al., 1988). Aunque el sentido común podría llevarnos a suponer que la carrera de Lourdes habría drenado sus tensiones agresivas, es más probable que reaccione con mayor enojo y agresión. Como lo muestran estos estudios, la *estimulación alimenta las emociones*.

Por consecuencia, la excitación sexual y otros tipos de estimulación, como el enojo, pueden amplificarse entre sí (Zillmann, 1989). El amor nunca es tan apasionado como después de una pelea o de un susto: una razón por la que es tan popular invitar a una chica guapa a una película de terror. En el laboratorio, los estímulos eróticos son más excitantes para las personas que acaban de sufrir un susto. De manera similar, la estimulación de un viaje en la montaña rusa puede desbordarse en forma de sentimientos amorosos por la pareja.

Una situación frustrante o insultante aumenta la estimulación. Cuando así sucede, la estimulación, combinada con pensamientos y sentimientos hostiles, puede ser la receta para el comportamiento agresivo (**figura 10.3**).

FIGURA 10.3
Elementos de la agresión hostil
Una situación aversiva puede detonar la agresión al provocar cogniciones y sentimientos hostiles, y estimulación. Estas reacciones aumentan la probabilidad de que percibamos una intención dañina y que reaccionemos en forma agresiva.
Fuente: simplificado de Anderson, Deuser y DeNeve, 1995. Para una versión actualizada, pero más compleja, consulte Anderson y Buschman, 2018.



SEÑALES DE AGRESIÓN

Como indicamos antes cuando hablamos de la hipótesis de frustración-agresión, la violencia es más probable cuando las señales agresivas liberan el enojo reprimido. Leonard Berkowitz (1968, 1981, 1995) y otros encontraron que la vista de un arma es una de esas señales. En un experimento, los niños que acababan de jugar con armas de juguete presentaron mayor disposición a tirar los bloques de construcción de otro niño. En otro experimento, algunos varones enojados de la Universidad de Wisconsin administraron más choques eléctricos a sus agresores cuando tenían cerca un rifle y un revólver (que supuestamente se dejaron allí en un experimento anterior) que cuando se dejaron unas raquetas de bádminton (Berkowitz y LePage, 1967). En un experimento más reciente, las personas que utilizaron un simulador de conducción de automóviles mientras tenían una pistola (en lugar de una raqueta de tenis) en el asiento del pasajero, manejaron en forma más agresiva (Bushman et al., 2017). En un metaanálisis de 78 estudios independientes, la mera presencia de armas aumentó los pensamientos y comportamientos agresivos, lo cual se conoce como "efecto de las armas" (Benjamin et al., 2018). Aquello que tenemos a la vista está en nuestra mente.

El efecto de las armas podría ser la razón por la que en Estados Unidos, hogar de cerca de 300 millones de pistolas en manos privadas, la mitad de todos los homicidios se cometan con estas armas, o por la que las pistolas en los hogares representen una probabilidad mucho mayor de matar a los miembros del hogar que a los intrusos. "Las pistolas no solo permiten la violencia —informó Berkowitz—, sino que también pueden estimularla. El dedo tira del gatillo, pero el gatillo también puede estar tirando del dedo".

Incluso si no se toca o utiliza, la mera presencia de una pistola, como esta en el asiento del pasajero, puede conducir a la agresión.
©KenTannenbaum/Getty Images

Berkowitz tampoco se sorprendió de que los países que han prohibido las armas tengan menores tasas de homicidio. En comparación con Estados Unidos, Gran Bretaña tiene una quinta parte de personas y 1/26 de homicidios. Estados Unidos tiene más armas de fuego per cápita en el mundo, y la tasa de homicidios con este tipo de armas en ese país es 25 veces más alta que la de otros países de altos ingresos (Grinshteyn y Hemenway, 2016). Entre 26 países de altos ingresos, aquellos con más armas también fueron los que tuvieron las mayores tasas de homicidio (Hemenway y Miller, 2000). Cuando Washington, D.C., adoptó una ley que restringía la posesión de revólveres, la cifra de homicidios y suicidios relacionados con ellos descendió abruptamente en alrededor de 25%. No ocurrieron cambios en otros métodos de homicidio y suicidio, y las ciudades cercanas no mostraron ningún cambio en delitos con armas de fuego (Loftin et al., 1991). En 130 estudios en 10 países, después de

aprobar leyes que restringen la venta de armas de fuego hubo reducciones en delitos relacionados con ellas (Santaella-Tenorio et al., 2016). Cuando Australia instituyó leyes más estrictas de control de armas y recuperó 700 000 armas después de un tiroteo masivo en 1996, los homicidios relacionados con armas de fuego cayeron 59%, y no han ocurrido tiroteos masivos desde entonces (Howard, 2013). Los estados con mayores tasas de posesión de armas también tienen mayores tasas de homicidio por arma de fuego (Siegel et al., 2013). Aunque algunos afirman que los ciudadanos armados pueden prevenir la violencia con armas, en 11 estados que aprobaron leyes de portación que permiten que la gente lleve armas ocultas ocurrieron más delitos violentos, y no menos (Donohue et al., 2017).

Los investigadores también examinaron los riesgos de violencia en los hogares con y sin armas. Esta es una investigación polémica, porque es posible que esos hogares difieran en muchos sentidos. En un estudio patrocinado por los Centers for Disease Control se comparó a los propietarios de armas con personas del mismo género, raza, edad y sitio de residencia, pero que no poseían armas. El resultado trágico e irónico fue que aquellos que tenían un arma en casa (a menudo por protección) tuvieron una probabilidad 2.7 veces mayor de ser asesinados, casi siempre por un miembro de su familia o un conocido cercano (Kellermann, 1997; Kellermann et al., 1993). Un metaanálisis encontró que las personas que tienen armas en casa tuvieron una probabilidad tres veces mayor de ser asesinadas y dos veces mayor de suicidarse (Anglemyer et al., 2014). Incluso después de controlar las variables de género, edad y raza, las personas con armas en casa tuvieron 41% más de probabilidad de ser víctimas de homicidio, y tres veces más probabilidades de suicidarse (Wiebe, 2003). Si se tiene un arma en casa, es 12 veces más probable que sirva para matar a un miembro del hogar que a un intruso (Narang et al., 2010). Es frecuente que un arma en casa signifique la diferencia entre una pelea y un funeral, o entre el sufrimiento temporal y el suicidio.

La encuesta Gallup de 2014 con estadounidenses preguntó: "¿Cree usted que tener un arma en casa convierte a su hogar en un sitio más seguro o más peligroso?"
Más seguro: 63%
Más peligroso: 30%
Depende, o no opina: 6%

Las armas no solo sirven como señales para la agresión, sino que también establecen una distancia psicológica entre agresor y víctima. Como nos demostraron los estudios de obediencia de Milgram, la lejanía respecto a la víctima facilita la crueldad. Se puede matar a alguien con un cuchillo, pero un ataque con un cuchillo requiere de mucho más contacto físico que jalar un gatillo desde la distancia (**figura 10.4**).

INFLUENCIAS MEDIÁTICAS: PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA SEXUAL

En la actualidad, la pornografía es un negocio más importante en Estados Unidos que el fútbol americano, el baloncesto y el béisbol profesionales combinados, gracias a unos 13 mil millones de dólares gastados en las cadenas de cable y satelitales de la industria, cines y películas de pago por evento, y películas en cuartos de hotel, sexo telefónico, revistas sexuales y sitios de internet

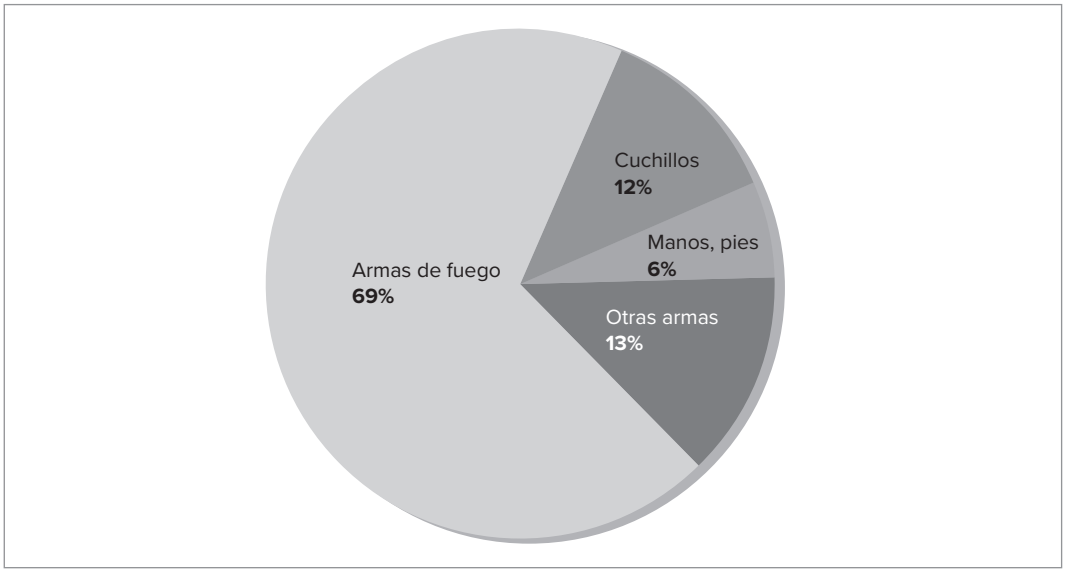


FIGURA 10.4
Armas utilizadas para cometer homicidio en Estados Unidos en 2013
Fuente: FBI Uniform Crime Reports.

(D'Orlando, 2011). La fácil disponibilidad de pornografía en la internet aceleró su popularidad. En una encuesta reciente con hombres estadounidenses de 18 a 26 años, 87% dijeron que veían pornografía por lo menos una vez al mes, y cerca de la mitad la veían una vez por semana. Sin embargo, solo 31% de las mujeres informaron ver pornografía en absoluto (Carroll et al., 2008). El uso de pornografía es más común entre varones jóvenes, menos religiosos y que tienen más parejas sexuales que el promedio. El uso de pornografía por parte de los hombres en Estados Unidos aumentó entre 1993 y 2010 (Wright, 2013). La investigación sociopsicológica acerca de la pornografía se ha enfocado sobre todo en las representaciones de violencia sexual, que es común en los videos pornográficos (Sun et al., 2008). Un típico episodio sexual violento presenta a un hombre que fuerza a una mujer a tener relaciones sexuales. Al principio ella se resiste e intenta defenderse de su atacante. De manera gradual, a medida que ella se resiste y él insiste, ella se excita sexualmente y su resistencia se desvanece. Al final, ella alcanza el éxtasis, pidiendo más. Por supuesto que el problema es que en realidad las mujeres no responden de ese modo a la violación o al acoso sexual: este escenario es pura fantasía.

Los psicólogos sociales informan que ver tales escenas ficticias de un hombre que domina y excita a una mujer puede: (a) distorsionar las percepciones de los hombres (y tal vez de las mujeres) acerca de la respuesta real de las mujeres a la coacción sexual y (b) aumentar la agresión masculina hacia las mujeres.

Percepciones distorsionadas de la realidad sexual

"La pornografía que presenta la agresión sexual como placentera para la víctima aumenta la aceptación del uso de la coacción en las relaciones sexuales".

—Consenso de las ciencias sociales en el Surgeon General´s Workshop on Pornography and Public Health, 1987

¿Observar la violencia sexual refuerza el mito de la violación, de que algunas mujeres sienten agrado por la agresión sexual y que "negarse no significa en realidad decir que no?". Los investigadores han observado una correlación entre la cantidad de televisión que se ve y la aceptación del mito de la violación (Kahlor y Morrison, 2007). Para explorar de manera experimental la relación, Neil Malamuth y James Check (1981) mostraron a estudiantes varones de la Universidad de Manitoba dos películas sin contenido sexual y dos películas que presentaban a un hombre que dominaba sexualmente a una mujer. Una semana después, cuando un experimentador diferente los entrevistó, aquellos que vieron las películas con violencia sexual leve mostraron mayor aceptación de la violencia contra las mujeres. Esto fue cierto en especial si las películas les habían provocado excitación (Hald y Malamuth, 2015).

Otros estudios confirman que la exposición a la pornografía aumenta la aceptación del mito de la violación (Oddone-Paolucci et al., 2000). Por ejemplo, al pasar tres noches viendo películas con violencia sexual, los varones mostraron progresivamente menor incomodidad con las violaciones y ataques con cuchillos (Mullin y Linz, 1995). En comparación con varones no expuestos a estas películas, los hombres expresaron menor compasión hacia las víctimas de violencia doméstica y calificaron las heridas de las víctimas como menos graves, incluso tres días después. Los investigadores señalaron que, de hecho, ¿qué mejor manera hay de que una persona malévola logre que la gente reaccione con tranquilidad a la tortura y mutilación de las mujeres que mostrando una serie de ese tipo de películas en las que la violencia escale en forma gradual (Donnerstein et al., 1987)?

Agresión contra las mujeres

La evidencia también sugiere que la pornografía contribuye a la agresión real de los hombres contra las mujeres. Niños y niñas de 10 a 15 años que han visto películas, revistas o sitios de internet con contenido sexual violento tuvieron una probabilidad seis veces mayor de ser sexualmente agresivos hacia los demás (definido por "besos, toqueteo o cualquier otro comportamiento sexual hacia otra persona cuando esta no lo deseaba"), incluso después de hacer ajustes relacionados con factores como género, rasgos agresivos y antecedentes familiares (Ybarra et al., 2011). En 43 estudios, los adolescentes y jóvenes adultos que han consumido medios más explícitos y violentos en sentido sexual tuvieron mayor probabilidad de participar en violencia hacia la pareja y violencia sexual (Rodenhizer y Edwards, 2017). Un metaanálisis de 22 estudios encontró que la gente que veía pornografía con frecuencia tenía mayor probabilidad de ser agresiva desde el punto de vista sexual, incluyendo tanto uso de la fuerza física como coacción verbal y acoso (Wright et al., 2016).

Los delincuentes sexuales canadienses y estadounidenses reconocen en forma común el uso de pornografía. Entre 155 hombres arrestados por pornografía infantil de la internet, 85% admitieron haber abusado sexualmente de un niño cuando menos una vez, y el delincuente promedio tuvo 13

víctimas (Bourke y Hernandez, 2009). Lo contrario también es cierto: los violadores, asesinos seriales y delincuentes que cometen abuso sexual infantil informan consumir pornografía a tasas elevadas de modo inusual (Bennett, 1991; Kingston et al., 2008).

Pero quizá la pornografía no cause de hecho la violencia y, en lugar de ello, lo que ocurre es que los hombres violentos gustan de la pornografía violenta. Para descartar esta explicación, es necesario realizar un experimento; por ejemplo, asignar en forma aleatoria a algunas personas a que vean pornografía. En uno de tales experimentos, 120 hombres de la Universidad de Wisconsin vieron una película neutra, una película erótica o una película erótico-agresiva (con violación). Después, los hombres participaron en un supuesto experimento en el que "enseñaban" a un varón o a una mujer cómplices del experimentador algunas sílabas sin sentido, eligiendo cuánto choque administrarían para las respuestas incorrectas. Los hombres que vieron la película de violación administraron choques notablemente más intensos (**figura 10.5**), en particular a las mujeres y en particular cuando se les hacía enojar (Donnerstein, 1980). Una declaración consensuada de 21 científicos sociales importantes resumió los resultados de los experimentos en esta área: "La exposición a la pornografía violenta aumenta el comportamiento punitivo hacia las mujeres" (Koop, 1987).

Si le perturba la ética de tales experimentos, puede estar tranquilo de que los investigadores reconocen la experiencia controvertida e intensa que están presentando a los participantes. Las personas participan solo después de otorgar su consentimiento a sabiendas. Es más, después del experimento, los investigadores efectivamente desmienten cualquier mito que comuniquen las películas (Check y Malamuth, 1984).

La exposición repetida a películas eróticas que presentan sexo rápido y sin compromiso, también tiende a:

- *disminuir la atracción hacia la propia pareja;*
- *aumentar la aceptación del sexo extramarital y de la sumisión sexual de las mujeres hacia los hombres:*
- *aumentar la percepción de las mujeres en términos sexuales por parte de los hombres.*

(Fuente: Myers, 2000a)

INFLUENCIAS MEDIÁTICAS: TELEVISIÓN, PELÍCULAS E INTERNET

Hemos visto que ver a una persona agresiva que modela un ataque contra un muñeco Bobo puede desatar los impulsos agresivos de los niños y enseñarles nuevas formas de agredir. También vimos que después de ver películas que presentan violencia sexual, muchos varones enojados actuarán de manera más violenta contra las mujeres. ¿Ver los programas cotidianos en televisión tiene cualquier efecto similar?

En la actualidad, en gran parte del mundo industrializado, casi todos los hogares (99.2% en Australia, por ejemplo) tienen un televisor. En 2009, el hogar promedio en Estados Unidos tenía tres aparatos de televisión, lo cual ayuda a explicar por qué es frecuente que padres e hijos den informes diferentes de lo que los niños ven (Nielsen, 2010). En algunos hogares de nuestros tiempos, cada miembro de la familia tiene su propia tableta, lo cual dificulta todavía más a los padres que vigilen el uso que le dan sus hijos a los medios.

En el hogar estadounidense promedio, el televisor está encendido siete horas al día: los adolescentes ven alrededor de tres horas y los adultos seis en promedio durante un día (Nielsen, 2011).

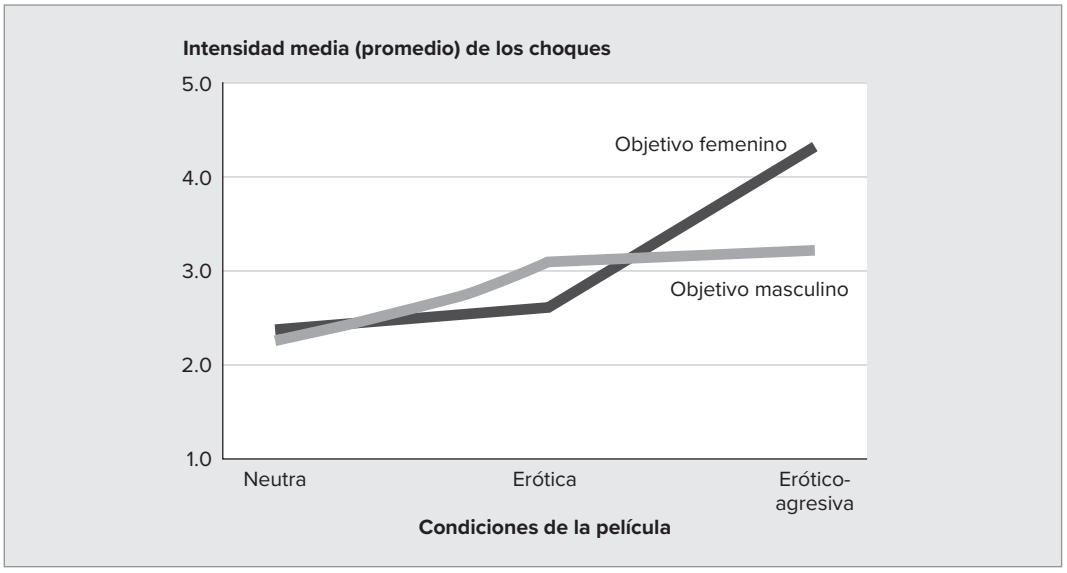


FIGURA 10.5

Después de ver una película erótico-agresiva, algunos varones universitarios administraron choques más fuertes que antes, en especial a las mujeres. *Fuente:* Datos de Donnerstein, 1980.

Los adolescentes compensan parte de la diferencia viendo con frecuencia videos en sus teléfonos. Gracias a las grabadoras digitales de video (DVR), eso permite que la gente cambie el horario en que ve televisión. En 2010, los estadounidenses vieron más televisión que nunca antes (Nielsen, 2011).

Dicho esto, los televisores proyectan sus ondas electromagnéticas a los globos oculares de los niños durante más horas de crecimiento de las que pasan en la escuela, de hecho, más horas de las que pasan en cualquier otra actividad durante la vigilia. En un análisis de contenido de los melodramas televisivos que se transmitieron en 2012-2013, un arma de fuego, cuchillo o espada apareció en pantalla cada tres minutos. Los niños que vieron cuatro episodios del programa "Mentes criminales" en el verano de 2012 estuvieron expuestos a cerca de 53 actos de violencia por episodio, a una tasa de uno por cada minuto con ocho segundos (PTC, 2013). La agresión social (como el acoso escolar y la exclusión social) es igual de frecuente; en los 50 programas más populares de televisión entre niños de 2 a 11 años, 92% presentaban por lo menos algún tipo de agresión social. Con frecuencia, este acoso escolar provenía de algún perpetrador atractivo, presentado como divertido y que no recibía recompensa ni castigo (Martins y Wilson, 2012a).

Los estudios de audiencia televisiva y agresión pretenden identificar efectos más sutiles y generalizados que los homicidios ocasionales de imitadores que captan la atención del público. Estos estudios preguntan: ¿Cómo afecta la televisión el *comportamiento* y el *pensamiento* de los espectadores?

Efectos de los medios de comunicación en el comportamiento

¿Los espectadores imitan los modelos violentos? Abundan los ejemplos de niños que recrean la violencia televisiva, desde el niño de 13 años que mató a su hermana de cinco al imitar las llaves de lucha que vio en televisión (AP, 2013) hasta el niño indio que murió cuando sus hermanos imitaron un ahorcamiento que vieron en una caricatura (Indo-Asian News Service, 2013).

CORRELACIÓN ENTRE LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS Y EL COMPORTAMIENTO Las anécdotas individuales de violencia inspirada por la televisión no constituyen evidencia científica. En consecuencia, los investigadores utilizan estudios correlativos y experimentales para examinar los efectos de la exposición a la violencia. Una técnica que se utiliza por lo común con escolares, correlaciona su exposición a la televisión con su agresividad. El resultado frecuente es que mientras más violento sea el contenido que ve en televisión, más agresivo es el niño (Eron, 1987; Turner et al., 1986). Por ejemplo, un estudio longitudinal con 1 715 adolescentes alemanes encontró que aquellos que consumían medios más violentos fueron más agresivos dos años después, incluso luego de controlar otros factores importantes (Krahé et al., 2012). La relación es moderada, pero se encuentra consistentemente en Norteamérica, Europa, Asia y Australia, y aparece también entre los adultos (Anderson et al., 2017). Asimismo, esto se extiende a la agresión social. Las niñas británicas que vieron más programas donde se presentaban chismorreo, traiciones y exclusión social mostraron con más frecuencia esas conductas (Coyne y Archer, 2005), al igual que las niñas de escuela primaria en Illinois que vieron programas donde se mostraba agresión social (Martins y Wilson, 2012b).

¿Entonces podemos concluir que una dieta de televisión violenta fomenta la agresión? Quizá ya esté pensando que debido a que este es un estudio correlacional, la relación causa-efecto podría funcionar también en dirección opuesta. Tal vez sería posible que los niños agresivos prefieran los programas agresivos o que exista algún tercer factor subyacente, como menor inteligencia, que predisponga a algunos niños a preferir tanto los programas agresivos como el comportamiento agresivo.

Los investigadores desarrollaron maneras de poner a prueba estas explicaciones alternativas, reduciendo los terceros factores ocultos al extraer estadísticamente su influencia. Por ejemplo, William Belson (1978; Muson, 1978) estudiaron a 1 565 niños londinenses. En comparación con aquellos que veían poca violencia, los niños que veían mucha agresión (en especial la realista, en comparación con aquella presentada en las caricaturas) admitieron cometer 50% más actos violentos durante los seis meses anteriores. Belson también examinó 22 terceros factores probables, como el tamaño de la familia. Estos espectadores de violencia extrema y de violencia leve seguían difiriendo después de incluir esos terceros factores. Belson conjeturó que los primeros eran de hecho más violentos *debido* a su exposición a la televisión.

De modo similar, Leonard Eron y Rowell Huesmann (1980, 1985) encontraron que la exposición a la violencia televisiva entre 875 niños de ocho años se correlacionaba con la agresividad, incluso después de extraer estadísticamente varios terceros factores evidentes. Es más, cuando estudiaron de nuevo a esos individuos a sus 19 años, descubrieron que exponerse a la violencia a los ocho años predecía la agresividad a los 19, pero que la agresividad a los ocho años *no* predecía ver programas violentos a los 19. La agresión era consecuencia de la exposición, no lo contrario. Aún más, a los 30 años, aquellos que habían visto más violencia en la infancia tenían mayores probabilidades que otros de recibir una condena por algún delito. Otro estudio longitudinal siguió a 1 037 niños de Nueva Zelanda desde la edad de 5 a 26 años. Los niños y adolescentes que pasaron más tiempo viendo televisión tuvieron mayores probabilidades de convertirse en jóvenes adultos condenados por delitos, diagnosticados con trastorno de personalidad antisocial y con altas puntuaciones en rasgos de personalidad agresivos. Esto fue válido aun cuando los investigadores controlaron terceras variables posibles, como el sexo, CI, nivel socioeconómico, comportamiento antisocial previo y estilo de crianza parental (Robertson et al., 2013; vea la **figura 10.6**). Los investigadores *no* están diciendo que todo aquel que se exponga a medios de comunicación violentos se vuelva agresivo en la vida real, sino que han encontrado que este es uno de varios factores de riesgo del comportamiento agresivo, combinado con problemas familiares, género y ser víctima de la violencia de alguien más. Sin embargo, incluso cuando se toman en cuenta estos factores, la exposición a medios violentos es un factor importante de predicción de la agresión (Gentile y Bushman, 2012).

En la actualidad, muchas personas pasan más tiempo de pantalla frente a sus computadoras que frente al televisor. En muchos sentidos, la internet permite una variedad todavía mayor de opciones para ver actos violentos que la televisión, incluyendo videos y películas violentos, y grupos de gente que odia a otros (Donnerstein, 2011). También permite que la gente cree y distribuya sus propios contenidos violentos y que acose a otros a través de correo electrónico, mensajería instantánea y redes sociales (Donnerstein, 2011). En una encuesta con adolescentes europeos, un tercio informó ver contenido violento o de odio en línea (Livingstone y Haddon, 2009). Entre los jóvenes estadounidenses, aquellos que visitaban con frecuencia sitios web violentos tuvieron una probabilidad cinco veces mayor de reportar la participación en conducta agresiva (Ybarra et al., 2008). Incluso los libros influyen a la gente: los estudiantes de secundaria que leyeron más libros con temas agresivos o violentos tuvieron mayor probabilidad de comportarse de modo agresivo (Stockdale et al., 2013).

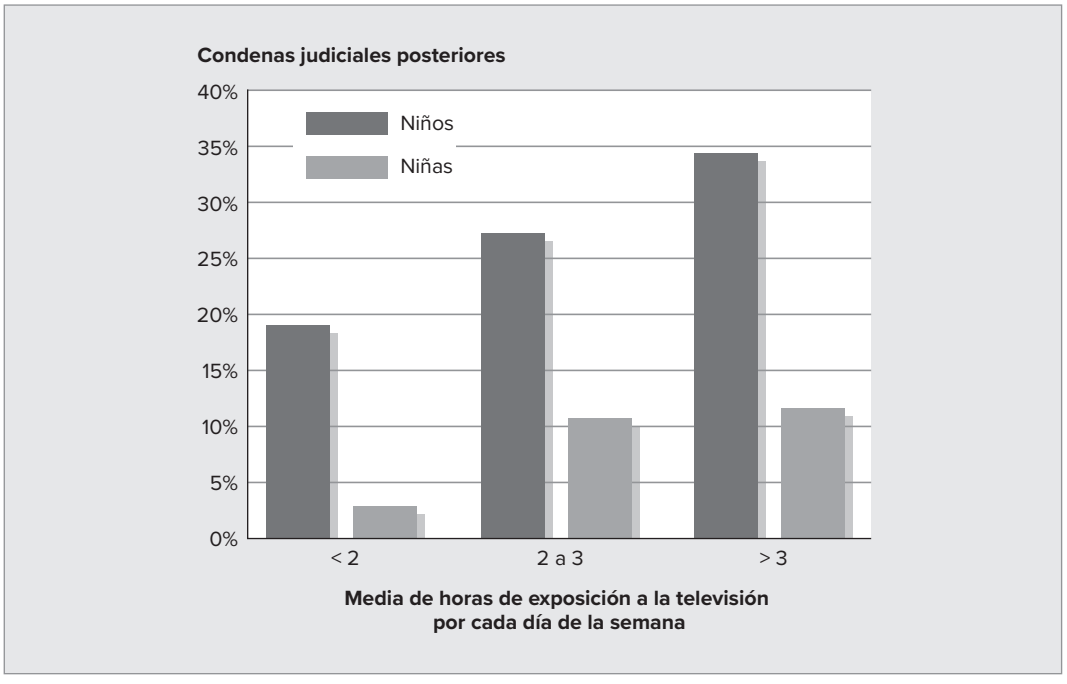


FIGURA 10.6
Exposición a la televisión y comportamiento criminal posterior
La exposición a la televisión entre los 5 y 15 años predijo recibir una condena judicial a los 26 años.

Otros estudios confirman de diversas formas estos resultados al encontrar lo siguiente:

- La exposición a la violencia a los ocho años pronosticó el abuso del cónyuge en la adultez (Huesmann et al., 1984, 2003).
- La exposición de los adolescentes a la violencia pronosticó la participación en asalto, robo y amenazas de causar lesiones (Johnson et al., 2002).
- La exposición de niños de primaria a medios violentos pronosticó la frecuencia con la que se involucrarían en peleas 2 a 6 meses después (Gentile et al., 2004).

En todos estos estudios, los investigadores se cuidaron de hacer ajustes para terceros factores probables, como inteligencia u hostilidad. Sin embargo, existe un número infinito de terceros factores que podrían crear una relación meramente fortuita entre la exposición a la violencia y el comportamiento agresivo. Por fortuna, el método experimental puede controlar estos factores externos. Si asignamos de forma aleatoria a algunas personas a ver una película violenta y a otras a ver una película no violenta, cualquier diferencia posterior en agresión entre ambos grupos se deberá al único factor que los distingue: aquello que vieron. En la siguiente sección discutiremos los estudios que emplean el método experimental que puede probar de manera más definitiva la causalidad que los estudios correlacionales.

"Entonces, ¿simplemente permitiremos que nuestros niños escuchen cualquier historia que a alguien se le ocurra inventar y que, por ende, reciban en su mente ideas que a menudo sean el opuesto exacto de aquello que pensamos que deberían tener cuando crezcan?"

—Platón,
La República,
360 a. C.

EXPERIMENTOS DE EXPOSICIÓN A MEDIOS Los experimentos pioneros del muñeco Bobo que hicieron Albert Bandura y Richard Walters (1963) mostraban a veces a los niños una película de un adulto que golpeaba el muñeco inflable, en lugar de observarlo en vivo, llevando en gran medida al mismo efecto. Luego, Leonard Berkowitz y Russell Geen (1966) encontraron que los estudiantes universitarios en los que se provocaba enojo, y que veían una película violenta, actuaban de manera más agresiva que estudiantes igual de enojados que veían películas no agresivas. Más de 100 experimentos confirman el hallazgo de que exponerse a la violencia amplifica la agresión (Anderson et al., 2003).

En un experimento, se asignaron de modo aleatorio niños de 8 a 12 años para ver 20 minutos de una película con clasificación para niños, ya fuera en su versión original, donde algunos personajes utilizaban armas, o en una versión modificada que editaba las armas. Después, los niños jugaron en una habitación en la que había un gabinete que contenía Legos, pistolas Nerf y, en un cajón, un revólver real de 9 mm modificado para que no disparara. Sin embargo, era posible jalar el gatillo y un sensor registraba cuántas veces se había "disparado". En ambas condiciones experimentales, la mayoría de los niños encontraban la pistola real y 42% la tomaron. La diferencia se presentó después: casi ningún niño que vio el fragmento fílmico sin las armas tiró del gatillo, pero aquellos que vieron el fragmento que presentaba las armas jalaron el gatillo un promedio de tres ocasiones. Uno de los niños colocó el arma real (pero afortunadamente deshabilitada) contra la cabeza de otro niño y tiró del gatillo (Dillon y Bushman, 2017).

La exposición a medios violentos conduce a agresión social y física en la vida real.
©Maica/Getty Images

Los efectos también aparecen en los adultos. En otro experimento, estudiantes universitarias mujeres fueron asignadas en forma aleatoria a ver fragmentos de una película con violencia física (*Kill Bill*), otra que presentaba agresión relacional (*Chicas pesadas*) o una película no agresiva de control (*Revelaciones*). En comparación con el grupo control, aquellas que vieron las películas agresivas fueron más pendencieras hacia una persona inocente, emitiendo un ruido más fuerte e incómodo en los audífonos de esta. También fueron más agresivas en un sentido sutil, asignando evaluaciones negativas a otra participante (que de hecho era una cómplice del experimentador) que las había molestado (Coyne et al., 2008). Incluso la lectura de agresiones físicas o relacionales produjo los mismos resultados (Coyne et al., 2012). Dolf Zillmann y James Weaver (1999) expusieron de manera similar a hombres y mujeres durante cuatro días consecutivos a películas comerciales violentas o no violentas. Cuando participaron al quinto día en un proyecto diferente, aquellos expuestos a los filmes violentos fueron más hostiles con un asistente de investigación. Los niños de quinto grado que vieron una comedia televisiva para adolescentes en la que se presentaba agresión social (en comparación con aquellos que vieron un programa control) tuvieron mayor probabilidad de coincidir en que se debería excluir a un estudiante de un grupo diferente de participar en su equipo para una competencia escolar (Mares y Braun, 2013).

"La conclusión irrefutable, —señaló en 1993 la Comisión de Violencia Juvenil de la American Psychological Association, es— que ver violencia aumenta la violencia". Esto ocurre en especial entre personas con tendencias agresivas y cuando una persona atractiva comete violencia realista y justificada que queda sin castigo y que no muestra dolor o daño (Comstock, 2008; Gentile et al., 2007; Zillmann y Weaver, 2007). Por supuesto, la descripción es consistente con gran parte de la violencia que se presenta en televisión y cine.

Si el aumento en la exposición a la violencia mediática causa agresión, ¿la menor exposición conduce a menos agresión? Un grupo de investigadores encontró que la respuesta es afirmativa. En Alemania, se asignaron a algunos estudiantes de secundaria de manera aleatoria a un grupo control o a un grupo de intervención en el que se les instaba a reducir su uso de los medios y a cuestionarlo de manera crítica. Entre aquellos que ya presentaban niveles elevados de comportamiento agresivo, el grupo de intervención informó después menor conducta de este tipo que el grupo control (Krahé y Busching, 2015; Moller et al., 2012).

En resumen, concluyen los investigadores Brad Bushman y Craig Anderson (2001), la evidencia de los efectos de los medios de comunicación en la agresión es abrumadora. La base de investigaciones es amplia, los métodos son diversos y los hallazgos generales son consistentes, coincidió el grupo de trabajo del National Institute of Mental Health que incluyó a los principales investigadores de la violencia mediática (Anderson et al., 2003). "Nuestra revisión detallada... revela evidencia inequívoca de que la exposición a la violencia en los medios de comunicación puede incrementar la probabilidad de comportamiento agresivo y violento, tanto en el contexto inmediato como a largo plazo". Esta conclusión ha recibido cuestionamiento de algunos críticos (Elson y Ferguson, 2014), pero ha recibido el respaldo de los investigadores con mayor experiencia en el campo (Bushman y Huesmann, 2014), y de un amplio consenso de investigadores de medios, pediatras y padres (Bushman et al., 2015). Aunque, por supuesto, la exposición a medios violentos solo es una entre muchas causas de la agresión (y, en consecuencia, no es *la causa* de la agresión), los experimentos sí muestran que es una de las causas (Bushman y Anderson, 2015).

¿POR QUÉ LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS AFECTA EL COMPORTAMIENTO? En vista de la convergencia entre la evidencia correlativa y experimental, los investigadores han explorado *por qué* ver violencia tiene este efecto. Considere tres posibilidades (Geen y Thomas, 1986). Una es la *estimulación* que produce (Mueller et al., 1983; Zillmann, 1989). Como señalamos antes, la estimulación tiende a generalizarse: un tipo de estimulación impulsa otros comportamientos.

Otras investigaciones señalan que ver violencia *desinhibe*. En el experimento de Bandura, la mujer adulta que golpeaba al muñeco inflable parecía legitimar los arranques y reducir las inhibiciones de los niños. La exposición a la violencia facilita que el espectador muestre comportamiento agresivo al activar pensamientos relacionados con la violencia (Berkowitz, 1984; Bushman y Geen, 1990; Josephson, 1987). Escuchar canciones con letras sexualmente provocadoras parece tener un efecto similar (Barongan y Hall, 1995; Johnson et al., 1995; Pritchard, 1998).

Las representaciones mediáticas también evocan la *imitación*. Los niños en el experimento de Bandura recreaban los comportamientos agresivos que habían atestiguado. La industria publicitaria en televisión tendría dificultades para negar que este medio conduce a los espectadores a imitar lo que ven: sus anunciantes modelan el consumo. Sin embargo, ¿los ejecutivos de medios tienen razón al argumentar que la televisión solo es un reflejo de una sociedad violenta, que el arte imita a la vida y que, por ende, el mundo ficticio nos muestra el mundo real? De hecho, en los programas de televisión, los actos de agresión superan las muestras de afecto en una proporción de cuatro a uno. También en otros sentidos, la televisión modela un mundo irreal.

Pero también tenemos buenas noticias. Si los modos de relación y de solución de problemas que se modelan en televisión motivan de hecho la imitación, en especial entre espectadores jóvenes, entonces el modelamiento televisivo de **comportamiento prosocial** debería ser socialmente benéfico. Un personaje que ayuda a otros (como Dora la Exploradora o la Doctora Juguetes) puede enseñarles conducta prosocial a los niños.

comportamiento prosocial
Conducta social positiva, constructiva y servicial; el opuesto del comportamiento antisocial.

"Cincuenta años de investigación sobre el efecto de la violencia televisiva en los niños lleva a la conclusión inevitable de que la exposición a la violencia se relaciona con aumentos en actitudes, valores y comportamientos agresivos".

—John P. Murray, "Media Violence: The Effects are Both Real and Strong," 2008

Efectos de los medios en el razonamiento

Nos enfocamos en el efecto de la televisión en el comportamiento, pero los investigadores también han examinado los efectos cognitivos de la exposición a la violencia: ¿la exposición prolongada nos *desensibiliza* frente a la crueldad? ¿Los programas televisivos de crímenes en horarios de máxima audiencia nos dan *guiones* de cómo actuar? ¿Esto distorsiona nuestras *percepciones* de la realidad? *¿Facilita* que tengamos pensamientos agresivos?

Los niños que ven más contenidos mediáticos violentos pueden desensibilizarse hacia la crueldad y sentir menos empatía por los demás.
©Westend61/SuperStock

DESENSIBILIZACIÓN Repita una y otra vez un estímulo que excite la emoción, como una palabra obscena. ¿Qué sucede? La respuesta emocional se extinguirá. Después de atestiguar miles de actos crueles, hay buenas razones para esperar una insensibilidad emocional semejante. La respuesta más común podría ser: "No me molesta en absoluto". Una respuesta de ese tipo es justo lo que Barbara Krahé y sus colaboradores (2010) observaron cuando midieron la estimulación fisiológica de 303 estudiantes universitarios que vieron un fragmento de una película violenta. Los espectadores regulares de violencia en televisión y cine mostraron una respuesta disminuida, en comparación con espectadores infrecuentes, reaccionando ante la violencia con un encogimiento de hombros en lugar de mostrar preocupación. Un estudio longitudinal con adolescentes alemanes encontró lo mismo; la exposición a la violencia mediática redujo los sentimientos de empatía hacia los demás (Krahé y Moller, 2010).

En un inteligente experimento, Brad Bushman y Craig Anderson (2009) hicieron que una joven que tenía el tobillo vendado dejara caer sus muletas mientras estaba fuera de un cine y que después tratara con gran esfuerzo de recuperarlas. Los asistentes al cine quienes acababan de ver una película violenta (*Las ruinas*), esperaron más tiempo para ayudarle que aquellos que acababan de ver una película no violenta (*La isla de Nim*). Sin embargo, cuando las muletas de la mujer se le cayeron *antes* de la película, no hubo diferencias en la ayuda que le prestaron, lo cual sugiere que fue la película violenta en sí, y no el tipo de persona que ve películas violentas, lo que desensibilizó a los asistentes ante su problema.

guiones sociales
Instrucciones mentales provistas por la cultura sobre cómo actuar en diversas situaciones.

GUIONES SOCIALES Cuando nos encontramos en nuevas situaciones y no estamos seguros de cómo actuar, dependemos de los **guiones sociales**, que son instrucciones mentales provistas por la cultura acerca de cómo actuar. Después de tantas películas de acción, es posible que los jóvenes adquieran un guion que representan cuando enfrentan conflictos en la vida real. Al toparse con un desafío, es posible que "actúen como hombres", intimidando o eliminando la amenaza. De la misma forma, después de ser testigos de innumerables insinuaciones y actos sexuales en televisión y en letras de las canciones, la mayoría de los cuales involucran relaciones impulsivas o a corto plazo, es posible que los jóvenes adquieran guiones sexuales que después recrean en sus relaciones en la vida real (Escobar-Chaves y Anderson, 2008; Fischer y Greitemeyer, 2006; Kunkel, 2001). De este modo, mientras más contenido sexual vean los adolescentes (incluso luego de controlar otros factores de predicción de la actividad sexual temprana), más probable será que perciban a sus pares como activos desde el punto de vista sexual, que desarrollen actitudes sexualmente permisivas y que experimenten relaciones sexuales de manera más temprana (Escobar-Chaves et al., 2005; Martino et al., 2005). Las representaciones mediáticas implantan guiones sociales.

PERCEPCIONES ALTERADAS ¿El mundo ficticio de la televisión moldea también nuestras concepciones del mundo real? George Gerbner y sus colaboradores en la Universidad de Pensilvania (1979, 1994) sospecharon que este es el efecto más potente de la televisión. Sus encuestas tanto con adolescentes como con adultos mostraron que los espectadores intensos (cuatro horas diarias o más) tienen mayor probabilidad que los espectadores moderados (dos horas o menos) de exagerar la frecuencia de la violencia en el mundo que los rodea y de temer ser atacados personalmente. Algunas mujeres sudafricanas expresaron sentimientos similares de vulnerabilidad después de ver videos de violencia contra las mujeres (Reid y Finchilescu, 1995). Una encuesta nacional con niños estadounidenses de 7 a 11 años encontró que los espectadores intensos tenían mayor probabilidad que los moderados de admitir temores "de que alguien malo pudiera meterse en tu casa" o de que "cuando sales a la calle, alguien podría lastimarte" (Peterson y Zill, 1981). Para aquellos que ven mucha televisión, el mundo se vuelve un sitio siniestro. Las representaciones mediáticas moldean las percepciones de la realidad.

"Mientras más plenamente se expuso cualquier generación determinada a la televisión en sus años formativos, más baja fue su participación social [su tasa de votación, integración, reunión, generosidad y voluntariado]".

—Robert Putnam, *Solo en la bolera,* 2000

FACILITACIÓN COGNITIVA La investigación también revela que ver programas violentos en televisión facilita las ideas relacionadas con la agresión (Bushman, 1998). Después de observar violencia, las personas ofrecen explicaciones más hostiles para el comportamiento ajeno (¿el empujón fue intencional?). Reinterpretan los homónimos hablados con un significado más agresivo (interpretando "plagio" como secuestro en lugar de como copia). Y reconocen con más rapidez las palabras agresivas. Las representaciones mediáticas facilitan el pensamiento.

OTRA INFLUENCIA MEDIÁTICA: VIDEOJUEGOS

El debate científico sobre los efectos de la violencia en televisión y cine "básicamente se acabó", sostienen Douglas Gentile y Craig Anderson (2003; Anderson y Gentile, 2008). Ahora la investigación dirige su atención a los videojuegos, que son en extremo populares entre los adolescentes y muchos adultos, y que pueden ser muy violentos. La investigación educativa muestra que "los videojuegos son excelentes herramientas de enseñanza", indicaron Gentile y Anderson. "Si los videojuegos de salud pueden enseñar con éxito comportamientos sanos, y los videojuegos de simuladores de vuelo pueden enseñar a la gente a volar, entonces ¿qué deberíamos esperar que enseñen los juegos violentos de simulación de asesinato?

Desde que apareció el primer videojuego en 1972, hemos avanzado del ping-pong electrónico a los juegos sangrientos (Anderson et al., 2007). En una encuesta hecha en Estados Unidos en 2015, dos de cada tres individuos de entre 18 y 29 años dijeron que jugaban videojuegos: 77% eran hombres y 57% mujeres (Duggan, 2015). La mitad había jugado un videojuego el día anterior. En una encuesta anterior con adolescentes, 97% dijeron que jugaban videojuegos. La mitad dijeron que practicaban juegos de tiradores en primera persona, como *Halo* o *Counter-Strike*, y dos de cada tres usaban juegos de acción que a menudo implicaban violencia, como *Grand Theft Auto* (Lenhart et al., 2008). Los niños más pequeños también usan juegos violentos: en una encuesta con niños de cuarto de primaria, 59% de las niñas y 73% de los varones informaron que sus juegos favoritos eran los violentos (Anderson, 2003, 2004).

Gentile (2004) indica que en el popular *Grand Theft Auto*, se invita a los jóvenes a representar el papel de un psicópata. "Usted puede atropellar a los transeúntes con su coche, puede robar autos, disparar desde el auto, ir a la zona roja, recoger a una prostituta, tener sexo con ella dentro del coche, y luego matarla para recuperar su dinero". Con gráficos en 3D, es posible golpear a las personas, patearlas hasta que escupan sangre y verlas morir.

EFECTOS DE LOS VIDEOJUEGOS

Las preocupaciones sobre los videojuegos violentos aumentaron después de que los asesinos adolescentes en diversos tiroteos masivos reprodujeron la horrible violencia con la que habían jugado con tanta frecuencia en pantalla. Adam Lanza, quien le disparó a 20 niños de primero de primaria y a seis maestros en la Sandy Hook Elementary School en Connecticut en 2012, pasaba muchas horas jugando el videojuego de guerra *Call of Duty* (Kleinfield et al., 2013). En 2013, un niño de ocho años disparó contra una mujer de 90 años y la mató después de jugar *Grand Theft Auto IV* (Stegall, 2013). Y entonces la gente se preguntó: ¿Qué aprenden los jóvenes en las interminables horas de *role-playing* sobre ataques y desmembramientos? ¿Y se logró algo cuando algunas tiendas en Noruega retiraron los videojuegos violentos de sus anaqueles en respuesta al asesinato de adolescentes en 2011 a manos de un tirador adicto a los videojuegos (Anderson, 2011)?

La mayoría de los fumadores no mueren de cáncer de pulmón. La mayoría de los niños que sufren abuso no terminan siendo abusadores. Y la mayoría de la gente que pasa cientos de horas ensayando la matanza de personas, llevan vidas tranquilas. Es posible que algunos declaren: "Yo juego videojuegos violentos y no soy agresivo". Esto permite que los defensores de los videojuegos, como los fabricantes de tabaco y los productores de televisión, digan que sus productos son inocuos. El problema con este argumento común es que un ejemplo aislado no prueba nada: no es un estudio científico. El hecho de que un tirador masivo juegue videojuegos no muestra que estos causen agresión y una persona no violenta que usa videojuegos tampoco muestra que estos *no* causen agresión. Un mejor abordaje consiste en examinar a grandes muestras de personas para averiguar si, en promedio, los videojuegos violentos aumentan la agresión.

Gentile y Anderson (2003) ofrecen algunas razones por las que los videojuegos violentos *podrían* tener un efecto más tóxico que ver televisión violenta. Con los videojuegos, los jugadores:

- se identifican con, y representan el papel de, un personaje violento;
- ensayan la violencia de modo activo, en lugar de verla pasivamente;
- participan en toda la secuencia de recreación de la violencia, al seleccionar a las víctimas, adquirir armas y municiones, acechar a la víctima, apuntar el arma, tirar del gatillo;
- se involucran en la violencia y las amenazas de ataque de manera continua;
- repiten los comportamientos violentos una y otra vez;
- reciben recompensa por los actos violentos.

Por tales razones, es frecuente que las organizaciones militares preparen a los soldados para disparar en combate a través de involucrarlos en juegos de simulación de ataques.

La investigación que examina grandes muestras de personas deja en evidencia que jugar videojuegos violentos sí aumenta, en promedio, el comportamiento, pensamientos y sentimientos agresivos fuera del juego. Al combinar los datos de 381 estudios con 130 296 participantes, Craig Anderson y sus colaboradores (2010) encontraron un efecto claro: el uso de videojuegos violentos aumentó al agresión: en niños, adolescentes y jóvenes adultos; en Norteamérica, Japón y Europa occidental; y en tres diferentes diseños de investigación (correlativo, experimental y longitudinal). Eso significa que los videojuegos violentos causaron agresión, incluso cuando se asignaron de manera aleatoria a los participantes para jugarlos (en comparación con un videojuego no violento), lo cual descarta la posibilidad de que (por ejemplo) a las personas agresivas les guste jugar juegos agresivos. Los videojuegos violentos conducen a acciones agresivas, aunque la magnitud del efecto es motivo de debates (Hilgard et al., 2017; Kepes et al., 2017).

Por ejemplo, en un experimento, se asignó de manera aleatoria a los estudiantes de una universidad en Francia a que jugaran ya fuera un videojuego violento (*Condemned 2*, *Call of Duty 4*, *The Club*) o un videojuego no violento (*S3K*, *Superbike*, *Dirt 2* o *Pure*) por 20 minutos diarios durante tres días. Aquellos asignados al videojuego violento reprodujeron un ruido desagradable a mayor volumen y durante más tiempo en los audífonos de una persona inocente, en comparación con quienes jugaron el videojuego no violento, y su agresión aumentó con cada día que jugaron el videojuego violento (Hasan et al., 2013).

Los estudios que examinan la agresión en el mundo real encuentran resultados similares. Entre 3 372 adolescentes finlandeses, aquellos que pasaron más tiempo practicando videojuegos violentos estuvieron en mayor probabilidad de cometer actos agresivos en la vida real, como atacar a alguien con la intención de dañarlo en forma grave o amenazar a alguien con un arma (Exelmans et al., 2015). Los estudios longitudinales, que dan seguimiento a las personas a lo largo del tiempo, producen resultados parecidos: entre los adolescentes alemanes, la práctica actual de videojuegos violentos pronostica la agresión posterior, pero la agresión actual no predice el uso futuro de videojuegos violentos (Moller y Krahé, 2008). Lo mismo ocurre con adolescentes canadienses a los que se dio seguimiento durante cuatro años (Willoughby et al., 2012). En 2015, un grupo de trabajo de la American Psychological Association que revisó 300 estudios hechos entre 2005 y 2013, concluyó que la evidencia que vincula los videojuegos violentos con la agresión tenía la suficiente fuerza como para justificar que la industria de videojuegos incluya a la violencia en su sistema de clasificación (APA, 2015).

Practicar videojuegos violentos tiene una diversidad de efectos, incluyendo los siguientes:

- *Aumentos en comportamientos agresivos*: después del uso de videojuegos violentos, los niños y jóvenes juegan con más agresividad con sus pares, entablan más discusiones con sus maestros y participan en más peleas. El efecto ocurre dentro y fuera del laboratorio, a lo largo de autoinformes, informes de los maestros y de los padres, y por las razones ilustradas en la **figura 10.7**. Incluso entre jóvenes adolescentes con niveles por lo general bajos de hostilidad, los que practican videojuegos violentos de manera prolongada se meten 10 veces más en peleas, en comparación con sus compañeros que no juegan. Y después de empezar a jugar con videojuegos violentos, los chicos que antes no eran hostiles presentan mayor probabilidad de tener peleas (Gentile et al., 2004). En Japón ocurre lo mismo, ya que la práctica de videojuegos violentos a principios del año escolar pronosticó la agresividad física en un momento posterior del año, incluso luego de controlar las variables de género y agresividad previa (Anderson et al., 2008).
- *Aumentos en pensamientos agresivos*: después de practicar un videojuego violento, los estudiantes presentaron mayor probabilidad de suponer que un hombre cuyo automóvil acababa de recibir un golpe en la defensa trasera respondería en forma agresiva utilizando insultos, pateando una ventana o iniciando una pelea (Bushman y Anderson, 2002; Gentile et al., 2017). Aquellos que jugaron videojuegos violentos también tuvieron mayor probabilidad de tener un sesgo de atribución hostil: esperaban que otras personas actuaran de manera agresiva si se les provocaba, y mientras mayor era este sesgo, se comportaban de manera más agresiva ellos mismos. Los investigadores concluyen que quienes practican videojuegos violentos ven al mundo a través de "cristales teñidos del rojo de la sangre" (Hasan et al., 2012).
- *Aumentos en sentimientos agresivos,* incluyendo hostilidad, enojo o venganza. Los estudiantes que usaban videojuegos violentos tuvieron más pensamientos y sentimientos agresivos

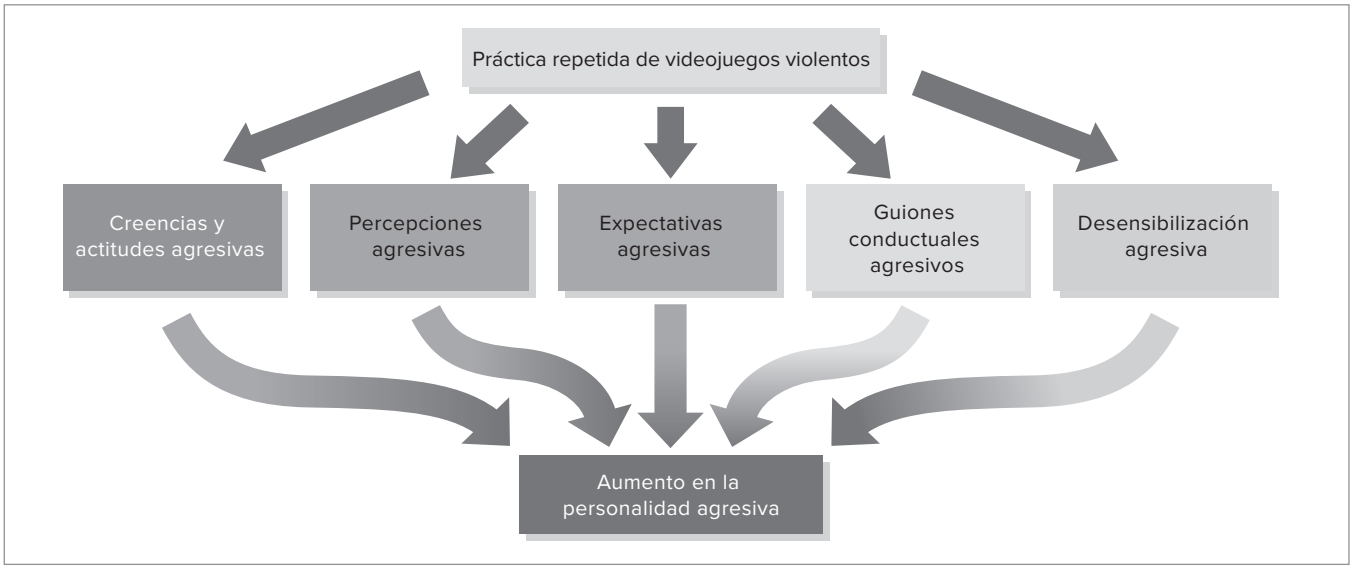


FIGURA 10.7

Influencias de los videojuegos violentos en las tendencias agresivas

Fuente: Adaptado de Anderson y Bushman, 2001.

que aquellos que vieron una grabación de otra persona que jugaba el mismo juego o que vieron una película violenta, lo cual sugiere que los videojuegos violentos intensifican todavía más la agresión que otros medios violentos; es más probable que esto se deba a que la gente actúa realmente de manera agresiva cuando practica los videojuegos, en lugar de actuar como observador pasivo (Lin, 2013). Algunas personas asignadas de modo aleatorio a practicar un videojuego violento también informaron sentirse menos felices que aquellos que jugaron videojuegos prosociales o neutrales (Saleem et al., 2012).

- *Habituación en el cerebro*. En comparación con aquellos que no utilizan videojuegos violentos, los cerebros de los *gamers* frecuentes reaccionaron menos vivamente a las imágenes negativas. En apariencia, sus cerebros se habituaron a la violencia, adormeciendo sus reacciones (Montag et al., 2012).
- *Mayor probabilidad de portación de armas*. En un estudio longitudinal nacional en Estados Unidos con jóvenes de entre 9 y 18 años, aquellos que practicaron videojuegos violentos en el último año tuvieron una probabilidad cinco veces mayor de llevar un arma a la escuela, aun cuando se ajustaron las terceras variables (Ybarra et al., 2014).
- *Reducciones en autocontrol y aumentos en comportamiento antisocial*. Los estudiantes de preparatoria que utilizaban videojuegos violentos (en comparación con un grupo control que utilizó un videojuego no violento) comieron cuatro veces más los dulces M&M que estaban en un tazón junto a la computadora, lo cual sugiere menor autocontrol. También tuvieron mayor probabilidad de robar, tomar más boletos de una rifa de premios atractivos de los que obtuvieron en realidad (Gabbiadini et al., 2014). Un estudio correlativo encontró que los jóvenes que jugaban videojuegos violentos tuvieron mayor probabilidad de haber robado, cometido vandalismo contra la propiedad o vendido drogas (DeLisi et al., 2013).
- *Reducciones en ayuda a los demás y en empatía por otros*. Los estudiantes asignados al azar a jugar un videojuego violento o no violento escucharon después una estruendosa pelea que terminaba con una persona que se retorcía de dolor en el piso debido a una torcedura de tobillo. Los estudiantes que acababan de utilizar el videojuego violento requirieron más de un minuto en promedio para ir en ayuda de la persona: casi cuatro veces más que aquellos que utilizaron el no violento (Bushman y Anderson, 2009).

Después de practicar videojuegos violentos, la gente presentó mayor probabilidad de aprovecharse de su pareja, en lugar de confiar y cooperar con ella (Sheese y Graziano, 2005). También se *desensibilizaron* ante la violencia, mostrando una reducción en actividad cerebral asociada con la emoción (Bartholow et al., 2006; Carnagey et al., 2007). Tobias Greitemeyer y Neil McLatchie

(2011) exploraron un tipo específico de desensibilización: ver a las demás personas como menos humanas. Entre los estudiantes universitarios británicos, aquellos asignados de manera aleatoria a jugar un videojuego violento tuvieron mayor probabilidad de describir en términos no humanos a alguien que los insultó. Y mientras menos humana consideraban a la persona, más agresivos eran. En otro estudio, los estudiantes que jugaron un videojuego violento también se consideraban *a sí mismos* como menos humanos (Bastian et al., 2012). La fuerte violencia de los videojuegos también provoca que la agresión manifiesta en la vida real (como empujar a alguien) parezca menos dañina en comparación. De esta forma, cuando alguien afirma que practicar videojuegos violentos no lo vuelve más agresivo, eso podría deberse a que su percepción de qué significa ser agresivo ya no incluya actos menos graves, pero de todos modos dañinos (Greitemeyer, 2014).

catarsis
Liberación emocional. La perspectiva catártica de la agresión es que la pulsión agresiva se descarga al liberar la energía agresiva, ya sea actuando en forma agresiva o fantaseando con la agresión.

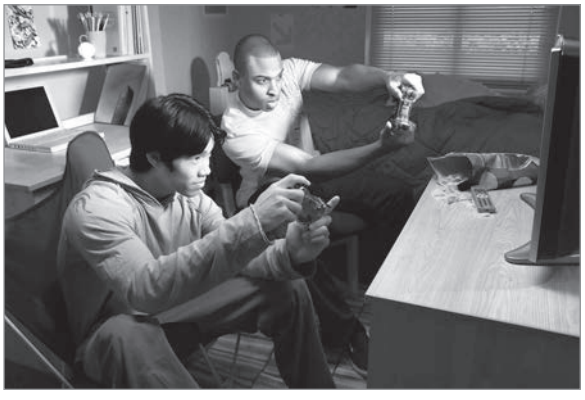
Lo que es más, mientras más violentos son los videojuegos que se practican, mayores son los efectos. Mientras más sangriento es el videojuego (por ejemplo, escenarios más sangrientos en un experimento con jugadores de *Mortal Combat*), mayor es la hostilidad y estimulación del jugador después del juego (Barlett et al., 2008). Los juegos más realistas, que muestran violencia que tiene mayor probabilidad de ocurrir en la realidad, también produjeron más sentimientos agresivos que los videojuegos menos realistas (Barlett y Rodeheffer, 2009). Aunque falta mucho por aprender, estos estudios desafían la hipótesis de la **catarsis**: la idea de que los videojuegos violentos permiten que la gente exprese sus tendencias agresivas y que descargue su enojo (Kutner y Olson, 2008). La práctica de la violencia engendra violencia, en lugar de liberarla, señalan los críticos de la catarsis. Sin embargo, la idea de que los videojuegos puedan aliviar los sentimientos de ira es uno de los principales atractivos de los videojuegos violentos para las personas enojadas (Bushman y Whitaker, 2010). Los críticos indican que, por desgracia, es probable que esta estrategia sea contraproducente, conduciendo a mayor enojo y agresión.

"¿Qué sentido tiene prohibir la venta de una revista con la imagen de una mujer desnuda a un niño de 13 años mientras se promueve la venta de un videojuego interactivo a ese mismo niño, en el cual pueda atar y amordazar enérgicamente, aunque de manera virtual, a la mujer para luego torturarla y matarla?".

—Stephen Breyer, juez de la Suprema Corte de Justicia de Estados Unidos, en su disenso, 2011

En 2005, el senador de California, Leland Yee, propuso una ley que prohibiera la venta a videojuegos violentos a menores de 18 años. La propuesta se convirtió en ley, pero los fabricantes de videojuegos demandaron de inmediato, y nunca se promulgó. La Suprema Corte de Estados Unidos escuchó el caso en 2010 y más de 100 científicos sociales firmaron una declaración en apoyo para la ley, escribiendo que: "En general, los datos de investigación concluyen que la exposición a videojuegos violentos causa un aumento en la probabilidad de comportamiento agresivo".

Pero Christopher Ferguson y John Kilburn (2010) firmaron una declaración ante la Suprema Corte criticando la ley California. Señalaron que de 1996 a 2006, cuando las ventas de videojuegos violentos incrementaron, la violencia juvenil en la vida real disminuyó (Markey et al., 2015). Ferguson y Kilburn también argumentaron que los efectos de los videojuegos violentos en la agresión son pequeños: solo algunas personas que practican este tipo de videojuegos actuarán de modo agresivo en la vida real. En respuesta, Craig Anderson y sus colegas (2010) replicaron que el efecto de los videojuegos violentos es más grande que los efectos tóxicos del asbesto o el efecto del tabaquismo pasivo en el cáncer pulmonar. Indicaron que no todas las personas expuestas al asbesto o al tabaquismo pasivo desarrollarán cáncer, pero que de todas maneras se consideran peligros para la salud pública. Otros críticos señalan que la mayoría de los experimentos con videojuegos violentos no utilizaron videojuegos de control semejantes en niveles de competencia o ritmo de la acción, creando la posibilidad de que sean estos factores los que aumentan la agresión, más que la violencia de los videojuegos en sí (Adachi y Willoughy, 2011).



¿La práctica de videojuegos violentos es catártica? ¿Tóxica? ¿Neutral? Los experimentos ofrecen algunas respuestas.
©James Woodson/Getty Images

En 2011, la Suprema Corte eliminó la ley, citando sobre todo la Primera Enmienda constitucional que garantiza la libertad de expresión, pero expresando también dudas acerca de que la investigación mostrara "una relación causal directa entre la práctica de videojuegos violentos y el daño real a los menores" (Scalia, 2011).

No todos los videojuegos son malos: no todos son violentos e incluso aquellos con contenido violento mejoran la coordinación ojo-mano, el tiempo de reacción, la habilidad espacial y la atención selectiva (Dye et al., 2009; Sanchez, 2012; Wu et al., 2012), aunque estos efectos están limitados a aquellos que juegan con frecuencia y durante muchas horas (Unsworth et al., 2015). Es más, jugar videojuegos es diversión enfocada que ayuda a satisfacer las necesidades básicas de una sensación de competencia, control y socialización. En consecuencia, no sorprende que un experimento que asignó en forma aleatoria a niños varones de seis a nueve años a recibir un sistema de videojuegos encontrara que pasaron un promedio de 40 minutos

diarios jugando con él durante los siguientes meses. El lado negativo es que ocuparon menos tiempo en sus tareas escolares, lo cual llevó a menores calificaciones en lectura y escritura que el grupo control que no recibió el sistema de videojuegos (Weiss y Cerankosky, 2010).

¿Qué sucede con los videojuegos prosociales en los que la gente se ayuda entre sí y que son opuestos desde el punto de vista conceptual a los videojuegos violentos? En tres estudios con niños y adultos en Singapur, Japón y Estados Unidos, aquellos que practicaron videojuegos prosociales ayudaron a otras personas, compartieron y cooperaron más en situaciones de la vida real (Gentile et al., 2009). Los estudiantes alemanes asignados de modo aleatorio a jugar un videojuego prosocial (versus neutro) fueron menos agresivos física y socialmente hacia alguien que los insultó (Greitemeyer et al., 2012). Un metaanálisis de 98 estudios encontró lo mismo: los videojuegos violentos se relacionan con una mayor cantidad de actos antisociales y menos actos prosociales, en tanto que los videojuegos prosociales se vinculan con menos actos antisociales y más prosociales (Greitemeyer y Mugge, 2014). Como concluyen Douglas Gentile y Craig Anderson (2011): "los videojuegos son excelentes maestros". Indican que los videojuegos educativos enseñan lectura y matemáticas a los niños, los prosociales enseñan comportamiento prosocial y los violentos enseñan violencia. Hacemos lo que se nos enseña a hacer, sea ayudar o herir.

Como científico consciente, Craig Anderson (2003, 2004) (vea "Detalles de la historia: Craig Anderson habla sobre la violencia en los videojuegos") alienta en consecuencia a los padres a descubrir qué están consumiendo sus hijos y a asegurarse de que su dieta de medios, al menos en su propia casa, sea sana. Es posible que los padres no puedan controlar lo que su hijo ve, juega y come en la casa de otra persona. Tampoco pueden controlar el efecto de los medios en la cultura de los compañeros de su hijo (esa es la razón por la que aconsejarles a los padres que "simplemente digan no" es ingenuo). Pero los padres pueden supervisar el consumo en su propia casa y proporcionar mayor tiempo para actividades alternativas. La formación de redes con otros padres puede construir un vecindario amigable para los niños y las escuelas pueden ayudar proveyendo educación para elevar la conciencia acerca de los medios.

"Es difícil medir la creciente aceptación de la crueldad en la vida estadounidense, pero su evidencia está en todas partes, empezando con los videojuegos de matanzas que son el principal entretenimiento de los niños varones".

—Susan Sontag, *Regarding the Torture of Others,* 2004

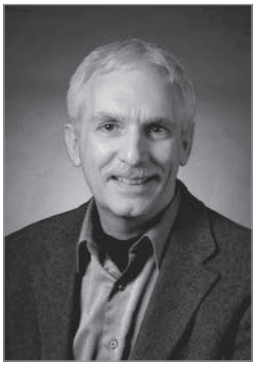
Detalles DE LA HISTORIA

Craig Anderson habla sobre la violencia en los videojuegos

Al comprender los efectos claramente dañinos que documentan los investigadores de la violencia en televisión y cine, me perturbó darme cuenta del incremento en la violencia en los videojuegos. En consecuencia, con la colaboración de Karen Dill, una de mis alumnas de posgrado, empecé una serie de investigaciones correlativas y experimentales que se entrelazaron con la creciente preocupación pública y que condujeron a que testificara ante el subcomité del Senado de Estados Unidos, y que proporcionara asesoría para una amplia diversidad de grupos de gobierno y políticas públicas, incluyendo organizaciones de padres y de defensoría del niño.

Aunque es gratificante observar que la investigación que uno lleva a cabo tiene un impacto positivo, la industria de los videojuegos se ha esforzado mucho en descartar estos estudios, de manera muy parecida a como sucedía hace 30 años, cuando los fabricantes de cigarrillos ridiculizaban la investigación médica básica preguntando cuántos Marlboros se había fumado una rata de laboratorio antes de contraer cáncer. También recibo muchos correos electrónicos negativos de los *gamers*, y el volumen de las solicitudes de información me llevó a ofrecer recursos y respuestas en www.psychology.iastate.edu/faculty/caa.

Muchas personas creen que la mejor forma de mejorar la comprensión sobre un tema complicado es encontrar personas que den puntos de vista contrarios y darle la misma cantidad de tiempo de exposición a cada una de las partes. De manera típica, los reportajes noticiosos sobre la violencia en los medios conceden el mismo tiempo a los representantes de la industria y a sus expertos preferidos, junto con palabras tranquilizadoras de un despreocupado niño de cuatro años, lo cual deja la impresión de que sabemos menos de lo que en realidad sabemos. Si todos los expertos en una determinada área coinciden, ¿estas ideas de "imparcialidad" y "equilibrio" tienen sentido? ¿O deberíamos esperar a que los expertos certificados hayan publicado artículos de investigación original sobre el tema de interés en revistas científicas?



Craig A. Anderson
Iowa State University
©Iowa State University

INFLUENCIAS GRUPALES

Hemos considerado qué provoca que los *individuos* agredan. Si las frustraciones, los insultos y los modelos agresivos intensifican las tendencias agresivas de personas aisladas, es probable que tales factores impulsen la misma reacción en los grupos. A medida que comienza una revuelta, es frecuente que los actos agresivos se difundan con rapidez después del primer ejemplo "detonador" de una persona hostil. Al observar que los saqueadores se llevan libremente los televisores, es posible que los testigos respetuosos de las leyes reduzcan sus inhibiciones morales y que los imiten.

Los grupos pueden amplificar en parte las reacciones agresivas al provocar una disolución de la responsabilidad. Es típico que las decisiones de atacar en una guerra las tomen estrategas que están lejos de las líneas de combate. Ellos dan las órdenes, pero son otros los que las ejecutan. ¿Ese distanciamiento facilita aconsejar la agresión?

En un experimento, los estudiantes *aplicaban* el choque o tan solo *aconsejaban* a otro cuál era la magnitud de choque que debían administrar. Cuando el receptor no había hecho nada para provocar la agresión, que es la característica de la mayoría de las víctimas en una agresión en masa, los asesores recomendaban un mayor choque que el que aplicaban los participantes que tomaban la decisión por sí solos, quienes se sentían más responsables de cualquier daño (Gaebelein y Mander, 1978).

La disolución de responsabilidad aumenta no solo con la distancia, sino también con los números. Brian Mullen (1986) analizó la información sobre 60 linchamientos ocurridos entre 1899 y 1946, e hizo un descubrimiento interesante: mientras mayor era el número de personas en la turba de agresores, más violentos eran el asesinato y la mutilación.

A través del "contagio" social, los grupos magnifican las tendencias agresivas, así como incrementan otras tendencias. Los ejemplos incluyen pandillas de jóvenes, fanáticos del futbol, soldados rapaces, vandalismo urbano y lo que los escandinavos llaman "*mobbing*" (hostigamiento grupal): escolares que acosan o atacan en grupo y de manera repetida a un compañero inseguro y débil (Lagerspetz et al., 1982). El *mobbing* es una actividad grupal.

"Como nos recordó Reinhold Niebuhr, los grupos tienden a ser más inmorales que los individuos".

—Martin Luther King, Jr., "Carta desde la cárcel de Birmingham" 13 de abril de 1963.

Los jóvenes que comparten tendencias antisociales y que carecen de lazos familiares estrechos y de expectativas de éxito académico pueden encontrar identidad social en una pandilla. A medida que se desarrolla la identidad grupal, aumentan las presiones para la conformidad y la desindividuación (Staub, 1996). La identidad del yo disminuye a medida que los miembros se entregan al grupo, sintiendo a menudo una sensación satisfactoria de unidad con los demás. El resultado frecuente es el contagio grupal: la estimulación, desinhibición y polarización grupal. Como señaló el experto en pandillas Arnold Goldstein (1994), hasta que los miembros abandonan a la pandilla debido al matrimonio, por edad, porque obtienen un empleo, entran en la cárcel o mueren, siguen juntos. Definen sus territorios, despliegan sus distintivos, desafían a sus rivales y a veces cometen actos delictivos y pelean por drogas, territorio, honor, mujeres o insultos.

Contagio social. Cuando 17 elefantes machos cachorros y huérfanos fueron reubicados a mediados del decenio de 1990 en un parque sudafricano, se transformaron en una pandilla de adolescentes descontrolada y mataron a 40 rinocerontes blancos. En 1998, los preocupados funcionarios del parque reubicaron en medio del grupo a seis elefantes machos, más viejos y fuertes. El resultado fue que se tranquilizó la conducta violenta (Slotow et al., 2000). Uno de estos machos dominantes, a la izquierda, se enfrenta con varios de los más jóvenes.
©Gus van Dyk

Las matanzas del siglo XX que cobraron más de 150 millones de vidas no fueron "la suma de actos individuales", señaló Robert Zajonc (2000). "*Genocidio no es el plural de homicidio*". Las matanzas son fenómenos *sociales* alimentados por imperativos morales: una mentalidad colectiva (que incluye imágenes, retórica e ideología) que moviliza a un grupo o cultura a realizar acciones extraordinarias. Las matanzas de la población tutsi en Ruanda, de judíos en Europa y de la población nativa en Estados Unidos fueron fenómenos colectivos que requirieron apoyo, organización y participación generalizados. Antes de lanzar la iniciativa genocida, el gobierno hutu y los líderes empresariales de Ruanda compraron y distribuyeron dos millones de machetes chinos. En los siguientes tres meses, se informa que los atacantes hutus se levantaban, ingerían un desayuno abundante, se reunían y luego iban a cazar a sus antiguos vecinos, quienes habían huido. Macheteaban a cualquier persona que se encontraban hasta matarla, luego volvían a casa, se lavaban y socializaban tomando unas cuantas cervezas (Dalrymple, 2007; Hatzfeld, 2007).

Los experimentos de Yoram Jaffe y Yoel Yinon en Israel (1983) confirman que los grupos pueden aumentar las tendencias agresivas.

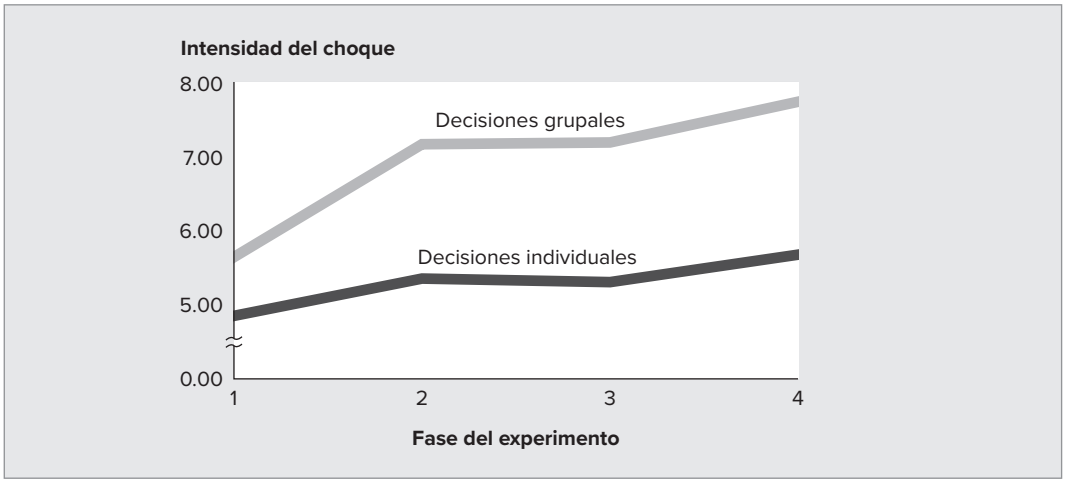


FIGURA 10.8

Agresión intensificada por el grupo

Cuando los individuos eligen cuánto choque administrarán como castigo a las respuestas incorrectas, aumentan el nivel de choque a medida que el experimento avanza. La toma de decisiones en grupo incrementó todavía más esta tendencia.

Fuente: Datos de Jaffe et al., 1981.

En uno de esos estudios, unos varones universitarios, en quienes un supuesto compañero provocaba enojo, se vengaban administrando choques más fuertes cuando estaban en grupo que cuando estaban solos. En otro experimento (Jaffe et al., 1981), las personas decidían, ya fuera en grupo o solas, cuánto choque de castigo le darían a alguien por sus respuestas incorrectas en una tarea. Como muestra la **figura 10.8**, los individuos aplicaron progresivamente más del supuesto choque a medida que avanzaba el experimento y la toma de decisiones en grupo magnificaba esta tendencia individual. Cuando las circunstancias provocan la reacción agresiva de un individuo, con frecuencia la adición de la interacción grupal la aumentaba. (Véase "Acercamiento a la investigación: Ante la provocación, ¿los grupos son más agresivos que los individuos?").

"La peor barbarie de la guerra es que obliga de manera colectiva a los hombres a cometer actos contra los cuales se rebelarían individualmente con todo su ser".

—Ellen Key, *War, Peace, and the Future,* 1916

Quizá pueda recordar una época en secundaria o preparatoria en que usted o alguien conocido sufrió acoso, ya fuera verbal o físico. Gran parte del tiempo, otros alumnos observaban la intimidación mientras ocurría o incluso se unían a ella. Estos espectadores pueden tomar un papel activo en el acto agresivo de acoso escolar, por ejemplo, contribuyendo a la humillación con risas o gritos entusiastas (Salmivalli et al., 1999). O pueden defender a la víctima. Un eficaz programa contra el acoso escolar que utilizaron en Finlandia encontró que cuando los testigos dejaron de recompensar a los acosadores con realimentación positiva y estatus, disminuyó el acoso escolar (Karna et al., 2011).

Los estudios sobre agresión brindan la oportunidad de preguntar qué tan bien se pueden generalizar los hallazgos de laboratorio a la vida diaria. ¿Las circunstancias que provocan que alguien aplique un choque eléctrico o que asigne una cantidad de salsa picante nos dicen en realidad algo sobre las circunstancias que motivan el abuso verbal o un puñetazo en la cara? Craig Anderson y Brad Bushman (1997; Bushman y Anderson, 1998) señalaron que la psicología social ha estudiado la agresión tanto en el laboratorio como en el mundo cotidiano y que los hallazgos son notablemente consistentes. En *ambos* contextos, el aumento en la agresión se pronostica de acuerdo con los siguientes factores:

- Ser varón
- Personalidades agresivas o propensas al enojo
- Uso de alcohol
- Observación de la violencia
- Anonimato
- Provocación
- Presencia de armas
- Interacción grupal

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Ante la provocación, ¿los grupos son más agresivos que los individuos?

Quienes investigan la agresión son famosos por sus métodos creativos para medir el fenómeno; en varios experimentos han involucrado tácticas como administrar choques, emitir sonidos intensos y herir los sentimientos de otras personas. Holly Mcgregor y sus colaboradores (1999) se inspiraron en el arresto de un cocinero por asalto después de que puso salsa Tabasco en la comida de dos policías y en los casos de maltrato infantil en los que algunos padres obligaron a sus hijos a comer alimentos picantes. Esto originó la idea de medir la agresión pidiéndole a la gente que decidiera cuánta salsa picante debía consumir otra persona.

Eso es lo que hicieron Bruce Meier y Verlin Hinsz (2004) al comparar el comportamiento agresivo de grupos e individuos. Les dijeron a los participantes, ya fuera como individuos o en grupos de tres, que estaban estudiando la relación entre la personalidad y las preferencias alimentarias, y que su labor sería probar y calificar una salsa picante. El experimentador explicó que necesitaba mantenerse ignorante respecto de cuánta salsa picante consumiría cada individuo o grupo y que, por ende, necesitaba que los participantes eligieran la porción. Después de pedirles que probaran la salsa muy picante utilizando un palillo de madera, el experimentador se iba para recoger la salsa picante que en apariencia otro individuo o grupo había seleccionado para ellos. Regresaba con una taza que contenía 48 gramos de la salsa, que se esperaba que cada participante consumiera después. A su vez, los participantes debían poner tantas o tan pocas cucharadas de salsa picante como quisieran dentro de una taza para que supuestamente la consumieran otras personas (en realidad, a ninguno de los participantes se le obligó a consumir nada).

El resultado sorprendente, que se presenta en la **figura 10.9**, fue que los grupos contraatacaron poniendo 24% más salsa picante que los individuos, y que los objetivos grupales recibieron 24% más salsa que los individuales. En consecuencia, cuando existen circunstancias tóxicas, la interacción con un grupo (como origen o como objetivo) aumenta las tendencias agresivas individuales. Este dato fue en particular evidente en la condición intergrupal. Después de que cada uno recibió una desagradable cantidad de 48 gramos de salsa picante, los miembros del grupo se vengaron enviando 93 gramos de salsa picante para cada miembro del otro grupo que les había mandado en un inicio la salsa. En apariencia, conjeturaron Meier y Hinsz, los grupos no solo responden de manera más agresiva a la provocación, sino que también perciben más hostilidad de otros grupos que de los individuos.

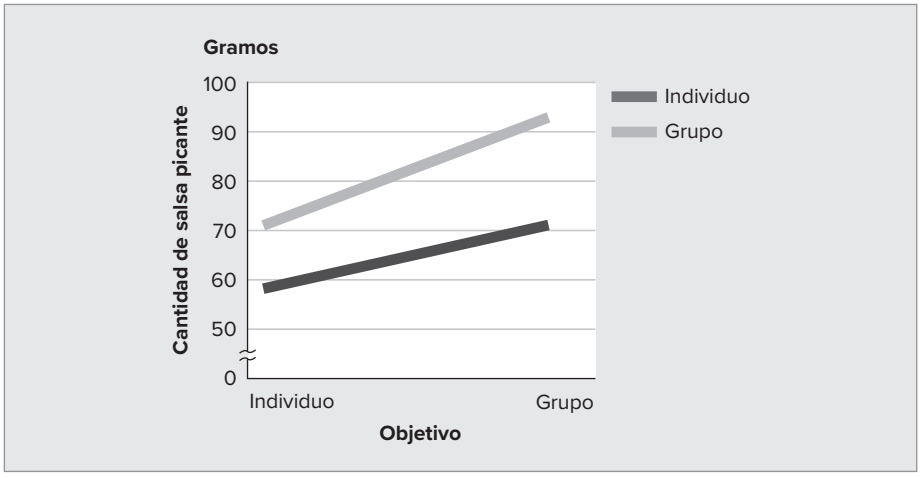


FIGURA 10.9
Cantidad media de salsa picante servida (en gramos)
Fuente: Meier y Hinsz, 2004.

El laboratorio nos permite someter a prueba y revisar las teorías dentro de condiciones controladas. Los sucesos del mundo real inspiran las ideas y proporcionan el campo para aplicar nuestras teorías. La investigación sobre la agresión ilustra la manera en que la interacción entre los estudios en el laboratorio controlado y el complejo mundo real fomenta la contribución de la psicología al bienestar humano. Las corazonadas que derivamos de la experiencia cotidiana inspiran teorías que estimulan la investigación de laboratorio, que a su vez profundiza nuestra comprensión y nuestra capacidad para aplicar la psicología a los problemas reales.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son algunas de las influencias en la agresión?

- Muchos factores ejercen influencia sobre la agresión. Uno de ellos son las experiencias aversivas, que incluyen no solo a la frustración, sino también a la incomodidad, el dolor y las agresiones personales, tanto físicas como verbales.
- La estimulación de cualquier origen, incluso el ejercicio físico o la excitación sexual, puede transformarse en otras emociones, como el enojo.
- Las señales de agresión, como la presencia de un arma, aumentan la probabilidad de comportamiento agresivo.
- Observar la violencia (1) engendra un moderado incremento en comportamiento agresivo, en especial en personas a quienes se provoca, (2) desensibiliza a los observadores en cuanto a la agresión y (3) altera sus percepciones de la realidad. Estos hallazgos se equiparan con los resultados de investigaciones acerca de los efectos de ver pornografía violenta, que puede aumentar la agresión de los hombres contra las mujeres y distorsionar sus percepciones de las respuestas de las mujeres hacia la coacción sexual.
- La televisión abarca la vida diaria de millones de personas y presenta una violencia considerable. Los estudios correlativos y experimentales convergen en la conclusión de que la exposición prolongada a la violencia televisiva se correlaciona con la conducta agresiva.
- Jugar videojuegos violentos puede aumentar el pensamiento, sentimientos y comportamiento agresivos incluso más que la televisión o el cine, porque la experiencia implica una participación mucho más activa que esos otros medios.
- Gran parte de la agresión la cometen los grupos. Es posible que las circunstancias que provocan a los individuos también provoquen a los grupos. Al disolver la responsabilidad y polarizar las acciones, las situaciones grupales aumentan las reacciones agresivas.

¿CÓMO SE PUEDE REDUCIR LA AGRESIÓN?

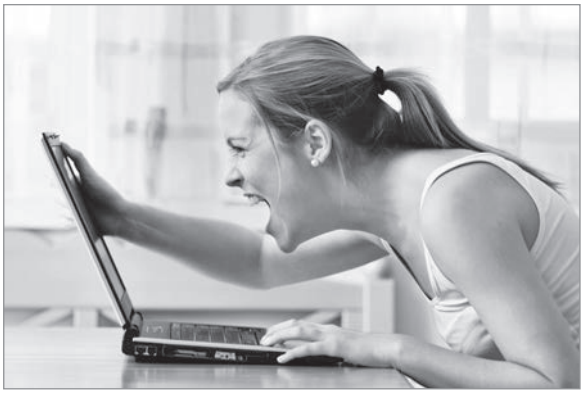
Examine cómo podríamos contrarrestar los factores que provocan agresión.

¿Podemos reducir la agresión? Demos una mirada a las sugerencias de las teorías e investigaciones en cuanto a los modos de controlar la agresión.

¿CATARSIS?

En la ciudad de Nueva York, las personas que quieren descargar su enojo pueden pagar por el privilegio de romper platos, laptops y televisores con un bate de metal en un establecimiento conocido como el Wrecking Club (Club del Destrozo). A su vez, Dallas tiene un Anger Room (Salón del Enojo) y Toronto, Budapest, Singapur, Australia y Gran Bretaña cuentan con Rage Rooms (salones de la ira) (Green, 2017).

Algunas personas creen que estas expresiones de enojo deberían servir para reducir después la agresión. Si una persona "reprime su rabia, tenemos que encontrarle una salida. Tenemos que darle una oportunidad de desahogarse", aseveraba el psiquiatra Fritz Perls (1973). Luego de que el uso de videojuegos violentos estuvo relacionado con un tiroteo masivo en 2012, un defensor de los juegos escribió: "¿podría ser que los videojuegos violentos sean una importante salida para la agresión? ¿Que en general estos videojuegos y la 'violencia de fantasía' nos permitan expresar el enojo y la agresión de una manera segura?" (Gilsdorf, 2013). Tales declaraciones suponen



¿Descargar su enojo en línea reduce o aumenta la agresión? Los estudios encuentran que la aumenta.
©Lisa S./Shutterstock

un "modelo hidráulico" en el que la energía agresiva acumulada, como el agua de una presa, necesita liberarse.

En general, el concepto de catarsis se atribuye a Aristóteles. Aunque este filósofo no dijo nada acerca de la agresión, sí afirmó que podemos deshacernos de las emociones experimentándolas y que, por ende, ser un espectador de las tragedias clásicas facilitaba una catarsis (purga) de la pena y el temor. Creía que excitar una emoción significaba liberarla (Butcher, 1951). La hipótesis de la catarsis se amplió para incluir la descarga emocional que supuestamente se obtiene no solo al observar los dramas teatrales, sino también al recordar y revivir sucesos pasados, expresar emociones y mediante nuestras acciones.

Al suponer que la acción o la fantasía agresiva drenan la agresión acumulada, algunos terapeutas y líderes de grupo han alentado a la gente a expresar la agresión reprimida poniéndola en acción al golpearse unos a otros con bates de hule espuma o golpeando una cama con una raqueta de tenis al tiempo que se grita. Si se les hace creer que la catarsis descarga con eficacia las emociones, la gente reaccionará de manera más agresiva ante un insulto como un modo de mejorar su estado de ánimo (Bushman et al., 2001). Al creer que la catarsis es terapéutica, algunos psicólogos aconsejan a los padres que alienten a sus hijos a descargar la tensión emocional a través de juego agresivo. Como vio antes, ese también es un argumento común para defender los videojuegos violentos. Pero, ¿la catarsis funciona? ¿Aquellos que descargan su enojo se vuelven menos (o más) agresivos?

En pruebas de laboratorio acerca de la catarsis, los participantes enojados golpearon un saco de boxeo mientras rumiaban sobre alguien que les había hecho enojar o sobre lograr una mejor condición física. Un tercer grupo no golpeó el saco de boxeo. Cuando se les dio la oportunidad de transmitir descargas fuertes de ruido contra una persona que los había hecho enojar, aquellos que golpearon el saco mientras rumiaban su enojo se sintieron más furiosos y fueron más agresivos. Es más, no hacer nada en absoluto redujo de manera más eficaz su agresión que "desahogarse" golpeando el saco (Bushman, 2002). Dar rienda suelta al enojo provocó más agresión, no menos.

Los experimentos de la vida real produjeron resultados similares. Un estudio examinó a usuarios de la internet que visitaban con frecuencia sitios para despotricar, donde se insta a la gente a expresar su enojo. ¿La oportunidad de expresar su hostilidad la redujo? No. Su hostilidad y enojo aumentaron y su felicidad disminuyó (Martin et al., 2013). Expresar hostilidad engendró más hostilidad. Varios estudios encontraron que los espectadores canadienses y estadounidenses de futbol americano, lucha y hockey exhiben *más* hostilidad después de ver el evento que antes (Arms et al., 1979; Goldstein y Arms, 1971; Russell, 1983). En lugar de reducir su enojo, ver estos deportes agresivos lo aumentó. Como indicó Brad Bushman (2002), "desahogarse para reducir el enojo es como usar gasolina para apagar un incendio".

"Aquel que cede a las expresiones violentas aumentará su ira".

—Charles Darwin, *La expresión de las emociones en el hombre y en los animales*, 1872

Los actos crueles engendran actitudes crueles. Es más, los pequeños actos agresivos pueden engendrar su propia justificación. La gente denigra a sus víctimas, racionalizando sus futuras agresiones.

Es posible que, a corto plazo, la represalia reduzca la tensión e, incluso, que dé placer (Ramirez et al., 2005). Pero a la larga, alimenta más sentimientos negativos. Como informaron Bushman y colaboradores (1999, 2000, 2001), aunque las personas a quienes se ha provocado golpeen un saco de boxeo y crean que fue catártico, el efecto es el contrario, al conducirles a exhibir *mayor* crueldad. "Es como el viejo chiste, reflexionó Bushman (1999). ¿Cómo llegas a Carnegie Hall? Practica, practica, practica. ¿Cómo te conviertes en una persona muy iracunda? La respuesta es la misma: practica, practica, practica".

En consecuencia, ¿deberíamos reprimir el enojo y los impulsos agresivos? Malhumorarse en silencio difícilmente es más eficaz, porque permite que continuemos pensando en nuestras quejas mientras conducimos conversaciones dentro de nuestra cabeza. Bushman y colaboradores (2005) experimentaron con el efecto tóxico de tales reflexiones. Después de que un experimentador desagradable los provocó con insultos como "¿qué no sabe seguir instrucciones? ¡Hable más fuerte!", a la mitad de los participantes se les dio una distracción (al pedirles que escribieran un ensayo sobre el paisaje en su campus) y a la mitad se le indujo a rumiar su enojo (al escribir un ensayo sobre sus experiencias como participantes de la investigación). A continuación, un supuesto compañero participante (de hecho, un cómplice del experimentador) los insultó levemente, y su respuesta fue enviarle una dosis de salsa picante que esa persona debía consumir. Los participantes a quienes se distrajo, y cuyo enojo inicial había amainado, enviaron una dosis baja de la salsa. Aquellos que seguían furiosos por meditar en los insultos desplazaron su impulso agresivo y recetaron el doble de salsa.

Por fortuna, existen formas no agresivas de expresar nuestros sentimientos y de informar a los otros sobre cómo nos afecta su comportamiento. En las diversas culturas, aquellos que reformulan los mensajes acusatorios de "tú" con mensajes que hacen referencia al "yo": "me enojé cuando dijiste" o "me irrita que dejes los platos sucios", comunican sus sentimientos de un modo que permite de mejor manera que la otra persona dé una respuesta positiva (Kubany et al., 1995). Podemos ser asertivos en lugar de agresivos.

UN ENFOQUE DEL APRENDIZAJE SOCIAL

Si el comportamiento agresivo se aprende, entonces hay esperanza de controlarlo. Revisemos brevemente los factores que influyen en la agresión y especulemos en cómo contrarrestarlos.

Las experiencias aversivas, como las expectativas frustradas y los ataques personales, predisponen a la agresión hostil. De modo que es prudente abstenerse de plantar expectativas falsas e inalcanzables en la mente de las personas. Las recompensas y costos anticipados influyen en la agresión instrumental. Esto sugiere que deberíamos recompensar los comportamientos cooperativos y no agresivos.

La amenaza de castigo puede disuadir la agresión, pero solo en condiciones ideales: cuando el castigo es fuerte, inmediato y seguro; cuando se combina con recompensas para la conducta deseada; y cuando el receptor no está enojado (R. A. Baron, 1977). En general, el castigo para los niños que participan en comportamiento agresivo no debería enfocarse en el castigo físico (que simplemente puede enseñar más agresión), sino más en estrategias como retirar los privilegios (Fletcher, 2012).

Sin embargo, existen límites para la eficacia del castigo. La mayoría de los homicidios ocurren por impulso, agresión enardecida, como resultado de una discusión, un insulto o un ataque. Si la agresión mortal fuera fría e instrumental, podríamos suponer que si esperamos hasta que suceda y después castigamos con severidad al criminal, eso disuadiría de tales actos. En ese tipo de mundo, los estados que imponen la pena de muerte podrían tener una tasa más baja de homicidio que los estados sin pena de muerte. Pero en nuestro mundo de homicidio enardecido, no sucede así (Costanzo, 1998). Como señalaron John Darley y Adam Alter (2009), "una cantidad notable de crímenes los cometen individuos impulsivos, con frecuencia varones jóvenes que a menudo están borrachos o drogados, y que con frecuencia se reúnen en grupos de jóvenes varones parecidos y similarmente insensatos". Indican que no es sorprendente que tratar de reducir la criminalidad aumentando las sentencias haya resultado tan infructuoso, mientras que la presencia policiaca en las calles que conduce a más arrestos produce resultados alentadores, como una disminución del 50% en delitos relacionados con armas de fuego en algunas ciudades.

Así que debemos *prevenir* la agresión antes de que suceda. Debemos enseñar estrategias no agresivas de solución de conflictos. Cuando los psicólogos Sandra Jo Wilson y Mark Lipsey (2005) reunieron los datos de 249 estudios de programas de prevención de la violencia escolar, encontraron resultados alentadores, en especial en aquellos programas enfocados en estudiantes "problemáticos" seleccionados. Luego de enseñarles habilidades de solución de problemas, estrategias de control de emociones y técnicas de resolución de conflictos, el 20% típico de estudiantes que participaban en algún tipo de conducta violenta o alborotadora en un año escolar se redujo a 13%. Los niños cuyos padres eran más permisivos (y que, por ende, rara vez le ponían límites al comportamiento y no imponían reglas) se convirtieron en adolescentes más agresivos (Ehrenreich et al., 2014), lo cual sugiere que la crianza paterna más autoritaria puede prevenir la agresión. El acoso escolar (incluyendo el ciberacoso) se reduce cuando los padres o maestros vigilan más estrechamente a los niños (Campbell, 2005; Wingate et al., 2013) y cuando los niños reciben educación sobre cuáles comportamientos se consideran como acoso escolar (Mishna, 2004). Otros programas se enfocan en la enseñanza de empatía y en alentar a los niños a que no ignoren el acoso escolar, sino que intervengan y digan algo (Noble, 2003).

Educar a los niños sobre el acoso escolar y vigilarlos más estrechamente puede ayudar a reducir el ciberacoso.
©SpeedKingz/Shutterstock

Para fomentar un mundo más amable, podemos modelar y recompensar la sensibilidad y la cooperación desde una edad temprana, quizá capacitando a los padres en cómo disciplinar sin violencia. Los programas de capacitación alientan a los padres a

reforzar los comportamientos deseables y a encuadrar de manera positiva las afirmaciones ("cuando termines de limpiar tu cuarto, puedes ir a jugar", en lugar de "si no limpias tu cuarto, no te dejaré salir a jugar"). Un "programa de reemplazo de la agresión" ha logrado que no se vuelva a arrestar a muchos delincuentes juveniles y miembros de pandillas al enseñarles habilidades de comunicación tanto a los jóvenes como a los padres, capacitarlos para controlar el enojo y elevar su nivel de razonamiento moral (Goldstein et al., 1998). El comportamiento agresivo también se contagia en los grupos sociales a través del modelamiento: los adolescentes estadounidenses tuvieron una probabilidad bastante mayor de meterse en peleas físicas, lastimar con gravedad a alguien más o blandir un arma si su amigo (o incluso el amigo de un amigo) lo había hecho (Bond y Bushman, 2017).

Si la observación de modelos agresivos disminuye las inhibiciones y provoca la imitación, también podríamos reducir las representaciones brutales y deshumanizantes, utilizando pasos comparables con los que ya se han tomado para reducir las representaciones racistas y sexistas. También podemos "vacunar" a los niños contra los efectos de la violencia en los medios. Al cuestionarse si las cadenas televisivas alguna vez "enfrentarían la realidad y cambiarían su programación", Eron y Huesmann (1984) les enseñaron a 170 niños de Oak Park, Illinois, que la televisión presenta al mundo de manera poco realista, que la agresión es menos común y menos eficiente de lo que sugiere la televisión, y que el comportamiento agresivo es indeseable (basándose en la investigación sobre las actitudes, Eron y Huesmann alentaron a los niños a obtener estas inferencias por sí mismos y a atribuir sus críticas expresadas hacia la televisión a sus propias convicciones). Cuando se les volvió a estudiar dos años después, estos niños tuvieron menos influencia de la violencia televisiva que los niños no entrenados.

En un estudio más reciente, la Universidad Stanford utilizó 18 lecciones dentro del aula para persuadir a los niños a simplemente reducir su tiempo de televisión y de uso de videojuegos (Robinson et al., 2001). Redujeron el tiempo de televisión en un tercio, y la conducta agresiva de los niños en la escuela descendió 25% en comparación con niños de una escuela control. Incluso la música puede ayudar a reducir la agresión cuando modela la actitud correcta: algunos estudiantes alemanes asignados en forma aleatoria para escuchar música prosocial, como *We Are the World* y *Help*, se comportaron menos agresivamente que aquellos que escucharon música neutral (Greitemeyer, 2011).

Otras ideas de cómo prevenir la agresión provienen de estudios sobre las diferencias entre las personas. Por ejemplo, la gente sensible a sentir repugnancia es menos agresiva (Pond et al., 2012), lo cual sugiere que enfatizar los aspectos repugnantes de la violencia podría ayudar a prevenir la agresión. Las personas que consideran que las reglas morales son negociables (por ejemplo, aquellas que coinciden en que "hacer trampa es la conducta apropiada porque no daña a nadie") son más agresivas (Gini et al., 2014), lo cual sugiere que enseñar algunas reglas no negociables y razonamiento moral ("nunca es correcto golpear a alguien" o "hacer trampa perjudica a todos") podría reducir el comportamiento agresivo.

Sugerencias como estas pueden ayudar a reducir la agresión al mínimo. Pero en vista de la complejidad de las causas de la agresión, y de la dificultad de controlarlas, quién pueden sentir el optimismo que expresaba Andrew Carnegie en su predicción de que en el siglo XX: "¿matar a un hombre se considerará tan repugnante como nosotros consideramos en nuestros tiempos la idea de comérnoslo?". Desde que Carnegie expresó esas palabras en el año 1900, unos 200 millones de seres humanos han sido asesinados. Es una triste ironía que aunque ahora entendemos mejor que nunca antes la agresión humana, la inhumanidad de la humanidad persiste.

CAMBIO CULTURAL Y VIOLENCIA MUNDIAL

Sin embargo, las culturas pueden cambiar. "Los vikingos masacraban y saqueaban, señala la escritora científica Natalie Angier. Sus descendientes en Suecia no han tenido una guerra en cerca de 200 años". De hecho, como documenta Steven Pinker (2011), todas las formas de violencia, incluyendo guerras, genocidio y asesinatos, son menos comunes en años recientes que en épocas pasadas. Pasamos de saquear las tribus vecinas a la interdependencia económica, de un mundo en el que los países de Europa occidental iniciaron dos guerras por año durante 600 años a ninguna guerra en las últimas siete décadas. Sorprendentemente, para aquellos de nosotros que amamos las novelas británicas de misterio sobre homicidios, "un inglés contemporáneo tiene casi 50 veces menos probabilidad de ser asesinado que sus compatriotas en la Edad Media", indica Pinker. En todas, menos una, de las democracias occidentales, se abolió la pena de muerte y la única excepción, Estados Unidos, ya no la practica por brujería, falsificación y robo de caballos. De hecho,

Estados Unidos está presentando disminuciones o la desaparición de actos agresivos o violentos como:

- linchamientos,
- violaciones,
- castigo corporal y
- actitudes e intimidación contra las personas homosexuales.

Pinker concluye que podemos estar agradecidos "de las instituciones de la civilización e ilustración [comercio económico, educación, vigilancia policiaca del gobierno y justicia] que lo han vuelto posible".

EN RESUMEN: ¿Cómo podemos reducir la agresión?

- ¿Cómo podemos reducir la agresión al mínimo? Contrario a la hipótesis de la *catarsis*, expresar la agresión por este medio tiende a engendrar mayor agresión, no a reducirla.
- El enfoque del aprendizaje social sugiere controlar la agresión contrarrestando los factores que la provocan: al reducir la estimulación aversiva, recompensar y modelar la no agresión, y provocar reacciones incompatibles con la agresión.

POSDATA: Reforma de una cultura violenta

En 1960, Estados Unidos (me disculpo con los lectores de otros países, pero los estadounidenses sí tenemos un problema en particular con la violencia) teníamos 3.3 policías por cada delito violento denunciado. En 1993, teníamos 3.5 crímenes por cada oficial de policía (Walinsky, 1995). Desde entonces, la tasa de criminalidad se ha reducido, pero sigue siendo inaceptablemente alta. Aun así, mi pequeño campus [DM], que no requería presencia policiaca interna en 1960, emplea ahora a nueve oficiales de tiempo completo y seis de medio tiempo, y ofrece un servicio nocturno de transporte para trasladar a los estudiantes por el campus.

Abundan las ideas de los estadounidenses acerca de cómo protegernos:

- Comprar un arma para autoprotección, que es la razón que mencionan dos tercios de los propietarios de armas (Parker et al., 2017). (Tenemos cerca de 300 millones de armas, lo cual lo coloca a uno en riesgo de ser asesinado, a menudo por un miembro de la familia, y con el doble de riesgo de suicidio [Anglemyer et al., 2014]). En asaltos donde alguien tiene la probabilidad de resistirse, aquellos que poseían un arma tuvieron cinco veces más probabilidad de recibir un disparo (Branas et al., 2009). Los países con restricción de armas cortas, como Gran Bretaña y Canadá, son más seguros.
- Construir más cárceles (las tenemos, pero hasta fechas recientes, la delincuencia sigue escalando. Lo que es más, los costos sociales y fiscales de encarcelar a más de dos millones de personas, la mayoría hombres, son enormes).
- Imponer un requerimiento de "la tercera es la vencida", según el cual se encarcela de por vida a aquellos condenados por tres delitos violentos (en realidad, ¿estamos en posibilidades de pagar todas las nuevas prisiones, y hospitales y asilos dentro de ellas, que necesitaríamos para albergar y cuidar de los ex asaltantes que vayan envejeciendo? Las cárceles en California, un estado ya limitado en recursos donde la norma de la tercera es la vencida se convirtió en ley desde la década de 1990, están perpetuamente sobrepobladas).
- Disuadir los crímenes brutales y eliminar a los peores delincuentes, como lo hacen algunos países, mediante ejecución. Para mostrar que matar es incorrecto, hay que matar a la gente que mata gente (pero casi todas las ciudades y estados con las 12 tasas más elevadas de delitos violentos ya cuentan con la pena de muerte. Debido a que la mayoría de los

homicidios son impulsivos, o debidos a la influencia de las drogas o el alcohol, los asesinos rara vez toman en cuenta las consecuencias).

La historia sobre el rescate de una persona que se estaba ahogando en un río caudaloso sugiere un abordaje alternativo. Después de administrarle con éxito los primeros auxilios, el rescatista encuentra a otra persona en problemas y también la saca. Después de media docena de repeticiones, el rescatista voltea de pronto y empieza a correr mientras en el río aparece otra persona que se está ahogando. "¿No vas a rescatar a ese tipo?", pregunta un testigo. "Claro que no, grita el rescatista. Voy a correr río arriba para ver qué está lanzando a esta gente al río".

Con toda certeza necesitamos policías, prisiones y trabajadores sociales, todos los cuales nos ayudan a lidiar con las patologías sociales que nos asuelan. Está bien matar a los mosquitos, pero es mejor si podemos secar los pantanos, llenando nuestra cultura con ideales pacifistas, volviendo menos disponibles las armas letales, desafiando a las toxinas sociales que corrompen a la juventud y renovando las raíces morales del carácter.

Atracción e intimidad

CAPÍTULO

11

©Jack Hollingsworth/Blend Images LLC

¿Qué tan importante es la necesidad de pertenencia?

¿Qué conduce a la amistad y a la atracción?

¿Qué es el amor?

¿Qué permite las relaciones cercanas?

¿Cómo se terminan las relaciones?

Posdata: Hacer el amor

"Las cosas más bellas e importantes de este mundo no pueden verse ni tocarse, solo experimentarse en el corazón".

—Carta de Helen Keller a los 11 años, 1891

Nuestra dependencia mutua y perdurable coloca las relaciones en el centro de nuestra existencia misma. En el principio de su vida, con seguridad hubo atracción: la atracción entre un hombre particular y una mujer particular. Aristóteles llamó al ser humano "un animal social". De hecho, todos tenemos lo que los psicólogos sociales modernos llaman una **necesidad de pertenencia**; de conectarnos con otros en relaciones cercanas y duraderas. Esta necesidad forma las bases de lo que exploraremos en el presente capítulo: cómo y por qué sentimos agrado o amor por los demás, tanto en un sentido romántico, como por causas amistosas.

necesidad de pertenencia
La motivación de vincularse con otros en relaciones que proporcionan interacciones positivas duraderas.

Los psicólogos sociales Roy Baumeister y Mark Leary (1995; Leary, 2010) ilustraron el poder de las relaciones sociales:

- Para nuestros ancestros, las relaciones mutuas permitían la supervivencia del grupo. Al cazar o al construir algún refugio, 10 manos eran mejores que dos.
- Los vínculos amorosos pueden conducir a los hijos, cuyas oportunidades de supervivencia se ven aumentadas por el cuidado de dos padres que se relacionan y brindan apoyo entre sí (Fletcher et al., 2015).
- Las relaciones consumen gran parte de nuestras vidas. ¿Qué parte de su vida pasa hablando con otras personas? Una muestra de 10 mil grabaciones de audio de fragmentos de medio minuto de las horas de vigilia de estudiantes universitarios (que portaban grabadoras adheridas a sus cinturones) encontró que hablaban con alguien más 28% del tiempo; y eso no toma en cuenta el tiempo que pasaron escuchando a alguien más (Mehl y Pennebaker, 2003).
- Cuando no nos encontramos cara a cara, la mayor parte de los siete mil millones de habitantes del planeta se relacionan por medio de la voz y por mensajes de texto a través de redes sociales tales como Facebook, Twitter o Whatsapp. En Estados Unidos, 96% de estudiantes universitarios de primer ingreso utilizan redes sociales y 41% de estos pasan seis o más horas de la semana conectados a ellas (Eagan et al., 2017). El adolescente promedio de 18 años de edad en Estados Unidos pasa alrededor de dos horas al día enviando mensajes de texto y poco menos de dos horas conectado a redes sociales (Twenge, 2017). Nuestra necesidad de pertenecer motiva nuestra inversión en estar conectados de manera continua.
- Las relaciones cercanas, reales y anheladas, pueden dominar los pensamientos y emociones de las personas de todas partes del mundo. Encontrar una persona solidaria en la que podamos confiar nos hace sentir aceptados y apreciados. Al enamorarnos, experimentamos una dicha irreprimible. Cuando las relaciones con nuestras parejas, familia y amistades son sanas, nuestra autoestima, el barómetro de nuestras relaciones, está por las nubes (Denissen et al., 2008). En nuestra añoranza de la aceptación y el amor, gastamos miles de millones en cosméticos, ropa y dietas. Incluso las personas desdeñosas, en apariencia, se deleitan al sentirse aceptadas (Carvallo y Gabriel, 2006).
- En el exilio, en prisión o en aislamiento, las personas añoran a su gente y su terruño. El rechazo conlleva el riesgo de depresión (Nolan et al., 2003). El tiempo pasa más de forma lenta y la vida parece carecer de significado (Twenge et al., 2003). Al interrogarlos tres meses después de arribar a un campus universitario de gran tamaño, muchos estudiantes internacionales, al igual que algunos estudiantes internos que extrañan sus hogares, informan sentirse tristes y solitarios (Cemalcilar y Falbo, 2008).
- Para los abandonados, los que han perdido a sus cónyuges y los viajeros, la pérdida de sus relaciones sociales provoca dolor, soledad o aislamiento. Al perder una relación cercana, los adultos se sienten celosos, alterados o afligidos, además de que adquieren mayor conciencia de la muerte y de la fragilidad de la vida. Después de mudarse, las personas, en especial aquellas con las necesidades más poderosas de pertenencia, por lo común, añoran sus hogares (Watt y Badger, 2009).
- Por su parte, lo que nos recuerda a la muerte intensifica nuestra necesidad de pertenecer, de estar con otros y cerca de aquellos a quienes amamos (Mikulincer et al., 2003; Wisman y Koole, 2003). Al enfrentarse al terror de los ataques del 11 de septiembre, millones de estadounidenses hablaron y se comunicaron con sus seres amados. De igual manera, la muerte repentina de un compañero de trabajo, de escuela o de algún miembro de nuestra familia une a las personas y hace que sus diferencias carezcan de importancia.

"No me queda la más mínima duda acerca de lo que se encuentra al centro de la revolución de la comunicación: el deseo humano por relacionarse".

—Josh Silverman, presidente de Skype, 2009

Como lo expresó el papa Francisco en 2017, "la existencia de cada persona del mundo está conectada de manera profunda con la de otros: la vida no es solo el tiempo que pasa; la vida tiene todo que ver con las relaciones". De muchas maneras, las relaciones sociales son lo que hace que la vida valga la pena vivirse.

¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES LA NECESIDAD DE PERTENENCIA?

Explique por qué resulta doloroso el rechazo o el ostracismo.

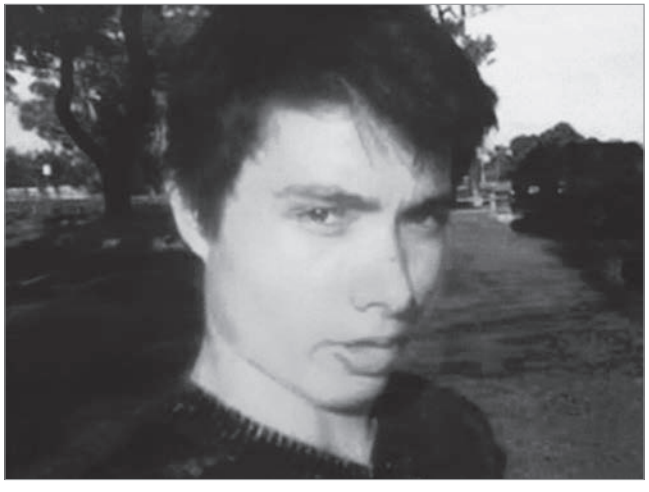
Como ya se ha dicho, los humanos somos animales sociales. Necesitamos pertenecer. Como en el caso de otras motivaciones, buscamos la pertenencia cuando no la tenemos y menos cuando nuestras necesidades se encuentran satisfechas (Baumeister y Leary, 1995; DeWall et al., 2009, 2011). Cuando sí pertenecemos, al sentirnos apoyados por relaciones cercanas e íntimas, tendemos a sentirnos más sanos y felices. Si se satisface la necesidad de pertenencia en equilibrio con otras dos necesidades humanas, la necesidad de sentir *autonomía y competencia*, el resultado típico será una profunda sensación de bienestar (Deci y Ryan, 2002; Milyavskaya et al., 2009; Sheldon y Niemiec, 2006). La felicidad es sentirnos conectados, libres y capaces.

El psicólogo social Kipling Williams (2001, 2011; Wesselmann y Williams, 2017) ha explorado qué sucede cuando nuestra necesidad de pertenencia se ve frustrada por el *ostracismo* (el acto de excluir o ignorar a una persona). Los humanos de todas las culturas, sea en las escuelas, en el trabajo o en sus hogares, utilizan el ostracismo para regular el comportamiento social. Algunos de nosotros sabemos lo que se siente que se nos rechace, que nos eviten, desvíen la mirada al vernos o que nos "apliquen la ley del hielo" o no nos dirijan la palabra. Este uso del silencio es "abuso emocional" y "un arma terrible de utilizar", dicen aquellos que lo han experimentado por parte de algún familiar o compañero de trabajo. En algunos experimentos, las personas a las que se deja fuera de un simple juego como el de atrapar la pelota se sienten disminuidas y estresadas. El ostracismo es doloroso y el dolor social se experimenta en forma aguda; más de lo que aquellos a los que jamás se ha condenado al ostracismo podrían saber (Nordgren et al., 2011). El ostracismo puede ser incluso peor que el acoso; este último, aunque en forma extrema negativo, al menos reconoce la existencia e importancia de la persona, mientras que el ostracismo trata a la persona como si no existiera en absoluto (Williams y Nida, 2009). En un estudio, los niños a los que se condenó al ostracismo, pero que no padecieron de acoso escolar, se sintieron peor que los niños que padecieron acoso escolar y no se les condenó al ostracismo (Carpenter et al., 2012). Si tan solo pudiésemos empatizar de manera más cercana con las personas que sufren rechazo, habría una menor tolerancia al ostracismo.

En ocasiones, el desánimo puede tornarse extremo, como cuando las personas agreden precisamente a aquellos cuya aceptación buscan (Reijntjes et al., 2011) o cuando participan en conductas autodestructivas. En diversos experimentos, estudiantes asignados en forma aleatoria al rechazo de sus pares (en comparación con quienes se aceptó) tuvieron mayores probabilidades de llevar a cabo conductas autodestructivas (como perder el tiempo leyendo revistas) y menos capaces de regular su conducta (como cuando comían galletas [Baumeister et al., 2005; Twenge et al., 2002]). En apariencia, la conducta estereotipada de comer helado después de una separación no es tan descabellada, ni tampoco el lugar común de la persona que ahoga sus penas en alcohol: las personas que padecieron el rechazo social de aquellos cercanos a ellas bebieron mucho más alcohol después de lo sucedido (Laws et al., 2017).

"El yo social de un hombre es el reconocimiento que obtiene de sus compañeros... Si nadie volteara cuando entráramos en una habitación, respondiera cuando habláramos o prestara atención a lo que hiciéramos, sino que cada persona [...] actuara como si no existiéramos, no pasaría mucho tiempo antes de que una especie de rabia y desesperación impotente surgiera en nuestro interior".

—William James, *Principios de psicología,* 1890



Receta para la violencia: una revisión de 126 tiroteos escolares en 13 países encontró que 88% de los agresores habían experimentado rechazo social o conflictos sociales en la escuela (Sommer et al., 2014). En un escalofriante video que grabó antes de matar a siete personas cerca de la Universidad de California en Santa Bárbara en 2014, Elliot Rodger describió el rechazo que había sufrido por parte de varias mujeres.
©ROBYN BECK/Getty Images

Estos excesos en bebida y alimentos pueden ser el resultado del colapso del autocontrol: las personas que padecen el ostracismo muestran deficiencias en los mecanismos cerebrales que inhiben las conductas indeseadas (Otten y Jonas, 2013). Fuera del laboratorio, los niños que sufrieron rechazo tuvieron mayores probabilidades, dos años después, de tener más problemas de autocontrol, como no finalizar tareas y no escuchar indicaciones (Stenseng et al., 2014), y también de actuar de manera más agresiva (Stenseng et al., 2014). En experimentos de laboratorio, las personas socialmente rechazadas también tuvieron mayores probabilidades de despreciar o agredir con ruidos desagradables a las personas que las habían insultado, estaban menos dispuestas a ayudar a los demás y tenían mayores probabilidades de engañar y robar (Kouchaki y Wareham, 2015; Poon et al., 2013; Twenge et al., 2001, 2007). Si una breve experiencia de laboratorio en que se "votaba para que dejaran la isla" podía producir este tipo de agresión, señalaron los investigadores, no queda más que preguntarse qué tendencias agresivas y antisociales "podrían surgir de una serie de rechazos importantes o de la exclusión crónica".

Williams y Steve Nida (2011) se sorprendieron al descubrir que incluso el "ciberostracismo" por parte de personas desconocidas a las que jamás conoceremos tiene un efecto. Su procedimiento experimental se vio inspirado por la experiencia de Williams en un día de campo en el parque. Cuando un *frisbee* aterrizó cerca de sus pies, Williams lo arrojó de regreso a otras dos personas, que lo incluyeron en su juego por un momento. Cuando de repente dejaron de arrojar el disco en su dirección, Williams quedó sorprendido ante lo herido que se sintió por su rechazo (Storr, 2018).

Para llevar esta misma experiencia al laboratorio, los investigadores pidieron que más de 5 000 participantes de docenas de países entraran en un juego en internet con otros dos compañeros (que, en realidad, eran jugadores generados por computadora). Aquellos que padecieron el ostracismo de los otros jugadores experimentaron peores estados de ánimo y tuvieron mayores probabilidades de conformarse a los juicios errados de otros en una tarea perceptual posterior. El dolor de la exclusión, sea por ciberostracismo o dentro del mundo real, es más prolongado en el caso de personas ansiosas (Zadro et al., 2006). La exclusión en sí resulta más dolorosa en el caso de adultos más jóvenes que de adultos de mayor edad (Hawkley et al., 2011), y no es menos dolorosa aunque provenga de un grupo despreciado por el resto de la sociedad: miembros del KKK de Australia en un experimento (Gonsalkorale y Williams, 2006). La exclusión incluso sigue siendo dolorosa cuando proviene de un robot en lugar de una persona (Nash et al., 2018).

El ciberostracismo también puede darse cuando uno se siente ignorado en redes sociales. Wouter Wolf y sus colaboradores (2015) crearon un paradigma experimental para someter a prueba este tipo de ostracismo en línea pidiéndoles a los participantes que crearan un perfil personal ("escriba un párrafo para presentarse al grupo") para que después, en la condición de ostracismo, recibieran un muy bajo número de "me gusta". Los participantes a quienes se rechazó de esta manera informaron los mismos niveles bajos de estado de ánimo y de falta de significado que aquellos a los que se excluyó durante el juego de pelota en línea. De modo que la siguiente vez que se sienta lastimado porque no recibió muchos "me gusta", sabrá que no es el único que se siente así en ocasiones.

Dados los efectos tan extremos del rechazo en los experimentos, ¿cuáles esperaría que fueran los efectos del rechazo crónico a largo plazo?

Williams y sus demás colegas de la universidad (2011) encontraron que el ostracismo era estresante incluso cuando cada uno de ellos fue ignorado por un día acordado en forma previa por parte de los otros cuatro. A diferencia de sus expectativas de que este resultaría ser un juego de roles lleno de risas, el ostracismo simulado alteró el trabajo, interfirió con el agradable funcionamiento social y provocó "un estado temporal de preocupación, ansiedad, paranoia y fragilidad general de espíritu". Amenazar nuestra profunda necesidad de pertenencia es alterar nuestra vida misma.

Las personas condenadas al ostracismo exhiben mayor actividad en el área de la corteza cerebral que también se activa en respuesta al dolor físico (Rotge et al., 2015). El dolor social del ostracismo, de manera muy similar al dolor físico, aumenta la agresión (Riva et al., 2011). Los sentimientos heridos también se presentan en forma de disminuciones en la frecuencia cardiaca (Moor et al., 2010). El dolor de corazón se traduce en su desaceleración.

De hecho, el dolor del rechazo social es tan verdadero para el cerebro que un analgésico de venta libre puede reducir los sentimientos heridos (DeWall et al., 2010), como también puede hacerlo enviar una ligera corriente eléctrica a la región cerebral donde se percibe el rechazo (Riva et al., 2012). El opuesto del ostracismo, el amor, activa los sistemas de recompensa del cerebro. Al mirar una imagen de su amada, los estudiantes universitarios sintieron mucho menos dolor al sumergir sus manos en agua helada (Younger et al., 2010). El ostracismo produce un dolor verdadero y el amor es un analgésico natural.

Al pedirles que recordaran un momento en el que se les excluyó socialmente, quizá si se quedaron a solas en el dormitorio cuando los demás salieron juntos, las personas en un experimento incluso percibieron que la temperatura ambiente era cinco grados más fría que aquellos a los que se les pidió que recordaran una experiencia de aceptación social (Zhong y Leonardelli, 2008). Tales recuerdos llegan a nuestras mentes con facilidad: las personas recuerdan y vuelven a vivir el dolor social pasado con mayor facilidad que el dolor físico anterior (Chen et al., 2008). Este efecto también se da en sentido contrario: algunos estudiantes a los que se les ordenó que sometieran a otros al ostracismo sufrieron la misma cantidad de angustia que aquellos que la padecieron (Legate et al., 2013) y se sintieron menos humanos (Bastian et al., 2012).

Roy Baumeister (2005) encontró un lado positivo en sus investigaciones de rechazo. Cuando las personas recién excluidas experimentan una oportunidad segura para hacer una nueva amistad, "parecen dispuestas e incluso ansiosas por aprovecharla". Se vuelven más atentos a las caras sonrientes y de aceptación (DeWall et al., 2009). Una experiencia de exclusión también desencadena una mayor imitación de las conductas de otros en un intento inconsciente por crear una armonía (Lakin et al., 2008). Y, a nivel social, señala Baumeister (2005), satisfacer la necesidad de pertenencia debe generar réditos:

> Mis colegas de la sociología me han señalado que los grupos minoritarios que se sienten excluidos muestran muchos de los mismos patrones que evocan nuestras manipulaciones en el laboratorio: tasas elevadas de agresión y conductas agresivas, diminución en la disposición a cooperar y obedecer reglas, bajo desempeño intelectual, más actos de autodestrucción, disminuciones en la capacidad de atención, y así sucesivamente. Si pudiéramos promover una sociedad más inclusiva en que las personas mismas se sintieran más aceptadas como miembros valiosos, algunos de estos patrones trágicos podrían reducirse.

EN RESUMEN: ¿Qué tan importante es la necesidad de pertenencia?

- Los seres humanos tienen una *necesidad de pertenencia* fundamental. Cuando se ve amenazada, como a través de la exclusión o el ostracismo, las personas se sienten estresadas y experimentan una pérdida de autocontrol. El dolor social es equivalente al dolor físico.
- El ostracismo duele aunque sea por parte de un grupo detestado, aunque sea esperado o, incluso, cuando sucede en línea o a través de redes sociales.

¿QUÉ CONDUCE A LA AMISTAD Y A LA ATRACCIÓN?

Explique cómo la proximidad, el atractivo físico, el parecido y el sentirse querido nutren el agrado y el amor.

"No sé decir por qué
se doblan mis tobillos,
ni de dónde proviene
la causa de mis más
tenues deseos,
ni la causa de la amistad que irradio,
ni de aquella que
atraigo hacia mí de
nuevo".

—Walt Whitman, *Canto de mí mismo,* 1855

¿Qué predispone a una persona a sentir agrado o amor por otra? Existen pocas preguntas relacionadas con la naturaleza humana que despierten un mayor interés. Las formas en que los afectos florecen y mueren representan la materia de las que están hechas las telenovelas, la música popular, las novelas y gran parte de nuestras conversaciones cotidianas. Mucho antes de que supiera [DM] que existía el campo de la psicología social, había memorizado la receta de Dale Carnegie de C*ómo ganar amigos e influir en los demás*.

Se ha escrito tanto acerca del agrado y del amor que ya se ha planteado casi cualquier explicación concebible, o su contrario. Para la mayoría de las personas, y para usted mismo, ¿qué factores nutren el agrado y el amor?

- ¿Es cierto que la ausencia es lo que el aire al fuego? ¿O es verdad que ojos que no ven, corazón que no siente?
- ¿Dios los cría y ellos se juntan? ¿O los opuestos se atraen?
- ¿Qué tanto importa el atractivo físico?
- ¿Qué ha fomentado sus propias relaciones cercanas?

Empecemos con aquellos factores que conducen a la amistad y después consideremos aquellos que sustentan y profundizan una relación.

PROXIMIDAD

proximidad
Cercanía geográfica. La proximidad (o, más precisamente, la "distancia funcional") es un poderoso factor de predicción del agrado

Un predictor poderoso de si cualesquiera dos personas hacen amistad es la simple **proximidad**. La proximidad también puede fomentar la hostilidad: la mayoría de los ataques físicos y asesinatos involucran a personas que viven cerca unas de otras. Pero, con mucha mayor frecuencia, la proximidad genera agrado. Mitja Back y sus colaboradores de la Universidad de Leipzig (2008) confirmaron esto asignando a estudiantes de manera aleatoria a asientos en su primera clase y después pidiendo que cada uno se presentara de manera breve al resto del salón. Un año después de esta designación de asientos de una sola ocasión, los estudiantes informaron tener una amistad más cercana con aquellos que por casualidad se habían sentado junto o cerca de ellos durante esa primera clase. En el béisbol, los ampáyers tienen menores probabilidades de cantar un *strike* contra aquellos jugadores junto a los que han estado parados a lo largo del juego (Mills, 2014).

Aunque pueda parecerle trivial a aquellos que meditan acerca de los misteriosos orígenes del amor romántico, hace ya mucho tiempo que los sociólogos averiguaron que la mayoría de las personas se casa con alguien que viva en su mismo vecindario, que trabaje en la misma empresa o trabajo, que se siente en el mismo salón de clases o que visite el mismo sitio favorito (Bossard, 1932; Burr, 1973; Clarke, 1952; McPherson et al., 2001). En una encuesta de Pew (2006) de personas casadas o en una relación de largo plazo, 38% se conocieron en el trabajo o en la escuela y algunos de los otros se conocieron cuando sus caminos se cruzaron en el vecindario, iglesia o gimnasio, o mientras crecían. Mire a su alrededor. Si se casa, es más que probable que lo haga con alguien que haya vivido, trabajado o estudiado a corta distancia de usted.

"No creo que los amigos necesariamente sean las personas que más te agraden, son solo las que llegaron primero".

—Sir Peter Ustinov, *Dear Me,* 1979

Interacción

Todavía más significativa que la distancia geográfica es la distancia funcional: la frecuencia con que se cruzan los caminos de las personas. Nos volvemos amigos de aquellos que usan las mismas entradas, estacionamientos y áreas de esparcimiento. Existen muchas mayores probabilidades de que los compañeros de cuarto universitarios asignados de manera aleatoria y quienes interactúan con frecuencia se vuelvan amigos que enemigos (Newcomb, 1961). En la universidad en la que soy catedrático [DM], hombres y mujeres solían vivir en extremos diferentes del campus. De manera poco sorprendente, las amistades intersexuales eran poco comunes. Ahora que viven en residencias integradas y que comparten aceras, salas e instalaciones de lavandería, las amistades entre hombres y mujeres son más comunes. La interacción permite que las personas exploren sus semejanzas, intuyan sus agrados y aprendan más los unos de los otros y que se perciban a sí mismos como parte de una unidad social (Arkin y Burger, 1980). En un estudio, los desconocidos sentían más agrado entre sí mientras más tiempo hablaban (Reis et al., 2011).

Las relaciones cercanas con amigos y familiares contribuyen a la salud y a la felicidad.
©Don Hammond/Design Pics

De modo que si usted se acaba de mudar a la ciudad y quiere hacer nuevos amigos, trate de encontrar un departamento cerca de los buzones del edificio, un escritorio cercano a la cafetera, un espacio de estacionamiento cerca del edificio principal o una habitación en un dormitorio donde los baños sean compartidos (Easterbrook y Vignoles, 2015). Esa es la arquitectura de la amistad.

La naturaleza casual de tales contactos ayuda a explicar un hallazgo sorprendente. Considere lo siguiente: si usted tuviera un gemelo idéntico que se comprometiera en matrimonio con alguien, ¿no esperaría usted sentir la misma

atracción hacia la persona que su gemelo (dado que es usted tan parecido a él)? No es así, informan los investigadores David Lykken y Auke Tellegen (1993); solo la mitad de los gemelos idénticos recuerdan haber sentido un verdadero agrado por la elección de su gemelo y apenas 5% afirmó "me pude haber enamorado del prometido(a) de mi gemelo(a)". Con frecuencia, el amor romántico se parece un poco a la impronta de los patitos bebés, supusieron Lykken y Tellegen. Ante la exposición e interacción repetidas a una persona, podemos enamorarnos de casi cualquier persona que tenga características más o menos semejantes y que corresponda nuestros afectos.

¿Cuál es la razón por la que la proximidad genera agrado? Un factor es la disponibilidad: en forma evidente, hay menos oportunidades de llegar a conocer a alguien que asista a una universidad diferente o que viva en otro pueblo. Pero hay algo más que eso. La mayoría de las personas siente más agrado por sus compañeros de cuarto o aquellas personas que viven a una puerta de distancia que por quienes viven a dos puertas de distancia. Difícilmente podría decirse que aquellas que se encuentran a algunas puertas de distancia o, incluso, en el piso de abajo, estén a una distancia inconveniente. Además, los que están más cerca son también enemigos potenciales, no solo amigos posibles. De modo que, ¿cuál es la razón por la que la proximidad genera afecto con mayor frecuencia que animosidad?

Anticipación de interacción

La proximidad permite que las personas descubran puntos en común y que compartan recompensas. Pero la mera *anticipación* de la relación potencia el agrado. John Darley y Ellen Berscheid (1967) lo descubrieron cuando les dieron a mujeres de la Universidad de Minnesota información ambigua acerca de otras dos mujeres, con una de las cuales tenían la expectativa de hablar en forma íntima. Al preguntarles cuánto les agradaba cada una de ellas, las mujeres prefirieron a la persona a la que habrían de conocer. Las expectativas de salir con alguien también potencian el agrado (Berscheid et al., 1976). Incluso los votantes que están en el lado perdedor de una contienda electoral encontrarán que la opinión que tienen del candidato ganador, que es a quien tendrán que tolerar, va en aumento (Gilbert et al., 1998).

El fenómeno es adaptativo. El agrado anticipatorio, esperar que alguien sea agradable y compatible, aumenta las probabilidades de formar una relación gratificante (Klein y Kunda, 1992; Knight y Vallacher, 1981; Miller y Marks, 1982). Qué buena noticia que estemos inclinados a sentir agrado por aquellos a quienes veremos con frecuencia, porque nuestras vidas están colmadas de relaciones con personas que quizá no hayamos elegido, pero con quienes necesitamos tener interacciones continuas: compañeros de cuarto, hermanos, abuelos, maestros, compañeros de clase y colegas en el trabajo. Sin duda, sentir agrado por estas personas conduce a mejores relaciones y a una vida más feliz y productiva.

efecto de mera exposición
La tendencia a que los estímulos novedosos sean más agradables o se califiquen de manera más positiva después de que el calificador se haya visto expuesto a estos en repetidas ocasiones.

Mera exposición

La proximidad conduce al agrado no solo porque permite la interacción y el agrado anticipatorio, sino también por una razón más sencilla: más de 200 experimentos revelan que, a diferencia de lo que reza el viejo proverbio, la confianza no da asco. Más bien, fomenta el cariño (Bornstein, 1989, 1999). La **mera exposición** a toda serie de estímulos novedosos —palabras sin sentido, caracteres de caligrafía china, selecciones musicales, caras—, aumentan las calificaciones que las personas otorgan a ellos. ¿Las "palabras" *nansoma*, *saricik* y *afworbu* significan algo mejor o peor que *iktitaf*, *biwojni* y *kadirga*? Al decirles que estas eran palabras turcas (cosa que no son), los estudiantes de la Universidad de Michigan que Robert Zajonc (1968, 1970) sometió a prueba, prefirieron el grupo de palabras que habían visto con mayor frecuencia. Mientras más tiempo habían visto la palabra sin sentido o un ideograma chino, más probable fue que afirmaran que significaba algo bueno (**figura 11.1**). Yo [DM] he sometido esta idea a prueba con mis propios estudiantes. De forma periódica muestro palabras sin sentido sobre una pantalla. Para el final del semestre, los estudiantes calificarán tales "palabras" de manera más positiva que otras palabras sin sentido que jamás hayan visto antes. Cuando se cita con frecuencia un

Nos sentimos cercanos a quienes están cerca: es frecuente que las personas sientan apego y se enamoren de aquellos con quienes comparten actividades.
©Isaac Koval/Getty Images

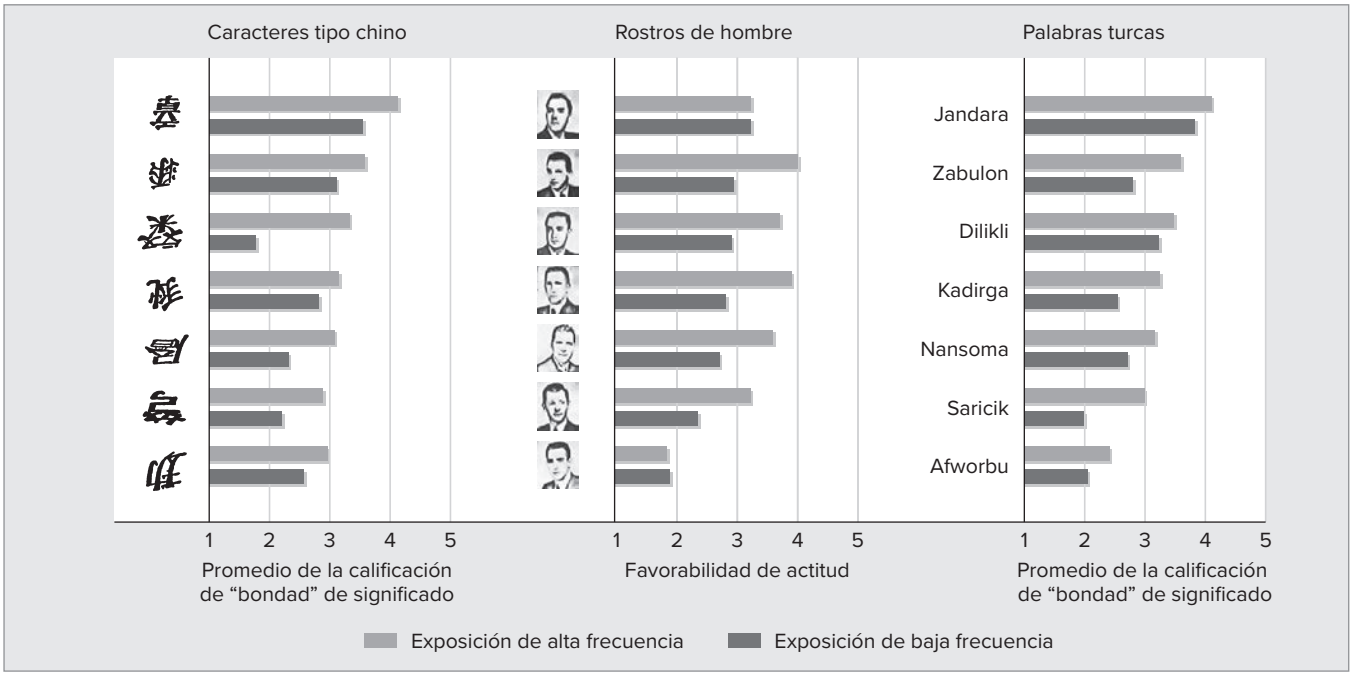


FIGURA 11.1

Efecto de mera exposición

Los estudiantes calificaron distintos estímulos, una muestra de los cuales se presenta aquí, de manera más positiva después de que se les mostraran en ocasiones repetidas.
Fuente: Zajonc, 1968.

¿Qué tanto le agrada su propio nombre? En seis estudios, Jochen Gebauer y sus colaboradores (2008) informaron que sentir agrado por el propio nombre es un indicador confiable de la autoestima tanto implícita como explícita.

huracán que ha provocado daños considerables, es más probable que los bebés reciban nombres que empiecen con esa misma letra, supuestamente a causa de la mera exposición (Berger et al., 2012). Las actitudes hacia grupos sociales también pueden cambiarse por la mera exposición: cuando las personas leyeron narraciones acerca de individuos transgénero acompañadas por imágenes, se sintieron más cómodas y menos temerosas de este tipo de personas (Flores et al., 2018).

O considere lo siguiente: ¿cuáles son sus letras favoritas del alfabeto? Las personas de diferentes nacionalidades, idiomas y edades prefieren las letras que aparecen en sus propios nombres y aquellas que con más frecuencia aparecen en sus propios idiomas (Hoorens et al., 1990; Hoorens y Nuttin, 1993; Kitayama y Karasawa, 1997; Nuttin, 1987). Los estudiantes franceses consideran que la letra W, la que con menos frecuencia aparece en su idioma, es su menos favorita. En un estudio de simulaciones del mercado accionario, los estudiantes de negocios estadounidenses prefirieron comprar acciones que tuvieran la misma letra inicial que su nombre (Knewtson y Sias, 2010). Los estudiantes japoneses prefieren no solo las letras de sus propios nombres, sino también los números que corresponden a sus fechas de nacimiento. Los clientes prefieren productos cuyos precios les recuerdan sus fechas de nacimiento ($49.15 para alguien que nació en un día 15 del mes) y sus nombres (55 dólares en caso de que sus nombres comiencen con la letra "C"). Estas preferencias persisten incluso cuando el precio es más elevado (Coulter y Grewal, 2014). Este "efecto de la letra del nombre" refleja más que la mera exposición, sin embargo, vea "Enfoque: Agrado por cosas que se asocian con uno mismo".

El efecto de la mera exposición contraviene la predicción con base en el sentido común sobre el aburrimiento, de una *disminución* en el interés, relacionado con la música que se escucha en repetidas ocasiones o los alimentos que se comen con frecuencia (Kahneman y Snell, 1992). Cuando se construyó en 1889, la Torre Eiffel de París se tildó de grotesca (Harrison, 1977). En la actualidad, es el símbolo más amado de esa misma ciudad. La familiaridad, por lo común, no genera desdén: aumenta el agrado.

No obstante, sigue existiendo lo que llamaríamos un exceso de exposición: si las repeticiones son incesantes, el agrado terminará por agriarse (Montoya et al., 2017). La música nos ofrece un ejemplo descriptivo: es posible que empiece a gustarle alguna canción popular si la oye con más

Enfoque

Agrado por cosas que se asocian con uno mismo

A los seres humanos nos fascina sentirnos bien en relación con nosotros mismos y, en términos generales, tal es el caso. No solo tendemos al sesgo en beneficio propio, sino que también exhibimos lo que Brett Pelham, Matthew Mirenberg y John Jones (2002) denominan: *egoísmo implícito*: nos gusta aquello que asociamos con nosotros.

Eso incluye las letras de nuestros nombres, así como las personas, lugares y cosas que de manera inconsciente relacionamos con nosotros (Jones et al., 2002; Koole et al., 2001). Si el rostro de un desconocido o de un político se manipula para que incluya rasgos similares a los nuestros, la nueva cara nos parecerá más agradable (Bailenson et al., 2009; DeBruine, 2004). Así también, nos sentimos más atraídos a personas cuyo número de código experimental se parezca a nuestra fecha de nacimiento e, incluso, existen probabilidades desproporcionadas de que nos casemos con una persona cuyo nombre de pila o apellido se parezca al nuestro, por ejemplo, si empieza con la misma letra (Jones et al., 2004).

En apariencia, tales preferencias también parecen tener una influencia sutil en otras decisiones vitales de importancia, incluyendo dónde vivimos y qué estudiamos. Filadelfia, donde hay más personas que viven en Jacksonville, tiene 2.2 veces más hombres que se llaman Jack. Pero tiene 10.4 veces más personas con el nombre de Philip. Del mismo modo, Virginia Beach tiene un número desproporcionado de mujeres que se llaman Virginia.

¿Es este un mero reflejo de la influencia del lugar donde vivimos en nuestra elección de nombres para bebés? Por ejemplo, ¿existen más probabilidades de que las personas que vivan en Georgia les pongan Georgia o George a sus hijos? Quizá sea así, pero eso no explica las razones por las que los estados tienden a tener un relativo exceso de personas cuyos *apellidos* son similares al nombre del estado. Por ejemplo, en California vive un número desproporcionado de personas cuyo apellido empieza con Cali (como Califano). De igual manera, Toronto tiene un exceso de personas cuyo apellido empieza con Tor.

En comparación con el promedio nacional, St. Louis tiene 49% más hombres que se llaman Louis. Las personas con apellidos tales como Hill, Park, Beach, Lake o Rock tienen probabilidades desproporcionadas de vivir en ciudades con nombres que incluyen los suyos (como Park City). "Las personas se sienten atraídas a los lugares que se asemejan a sus nombres", concluyeron Pelham, Mirenberg y Jones (2002).

Y más extraño aún, y no lo estamos inventando, las personas parecen preferir profesiones que se relacionen con sus nombres. A lo largo y ancho de Estados Unidos, Jerry, Dennis y Walter son nombres con la misma popularidad (0.42% de las personas llevan estos nombres). Sin embargo, los dentistas de Estados Unidos tienen el doble de probabilidades de llamarse Dennis que de llamarse Jerry o Walter. También hay 2.5 veces más dentistas llamadas Denise de las que hay con nombres igual de populares como Beverly o Tammy. Entre los geocientíficos (geólogos, geofísicos y geoquímicos) abundan personas con nombres como George o Geoffrey. Y en la campaña presidencial, personas con nombres que iniciaban con B o con G tuvieron probabilidades desproporcionadas de contribuir de manera económica a las campañas de Bush o Gore, respectivamente.

El fenómeno del egoísmo implícito cuenta con un número saludable de escépticos. Uri Simonsohn (2011a, b) reconoce que el egoísmo implícito sí se presenta en el laboratorio y fue capaz de replicar asociaciones entre los nombres, profesiones y sitios donde vivían las personas. Pero argumenta que hay ocasiones en que la causa es la "causalidad inversa". Por ejemplo, es frecuente que las calles reciban los nombres de sus residentes y a menudo los pueblos reciben el nombre de sus fundadores (Williams fundó Williamsburg). Y es más que posible que sus descendientes sigan viviendo en esos mismos lugares. En respuesta, Pelham y Mauricio Carvallo (2011) coincidieron con que algunos efectos, en especial aquel relacionado con la elección de la profesión, son modestos. Pero afirman que el egoísmo implícito es un sesgo real, aunque sutil, que afecta los juicios a nivel inconsciente.

Leer acerca de las preferencias basadas en el egoísmo me hacen pensar [DM]: ¿esto tendrá algo que ver con que haya disfrutado de aquel viaje al Fuerte Myers? ¿Será una de las razones por las que escribo acerca de medios y matrimonio? ¿La razón por la que colaboré con el profesor Murdoch? Y si ese es el caso, ¿también podrá explicar la razón por la que Raquel Ramírez robó una rosa roja del rosal?

frecuencia, pero a la larga llegará un momento, *uff*, en el que la haya escuchado demasiado. "Incluso la canción más bella se vuelve insoportable si se oye demasiado", dice un dicho coreano.

Así, entonces, ¿los visitantes al Louvre de Francia en verdad adoran a la *Mona Lisa* por lo estético que muestra o es solo que les encanta toparse con un rostro conocido? Podría ser un poco de las dos cosas: conocerla es quererla. Eddie Harmon-Jones y John Allen (2001) exploraron el fenómeno en forma experimental. Cuando les mostraron a diferentes personas el rostro de una mujer, los músculos de sus mejillas (aquellos utilizados para sonreír) por lo común se volvían más activos con exposiciones repetidas. La mera exposición genera sentimientos agradables.

La mera exposición tiene un efecto todavía más poderoso cuando las personas reciben estímulos sin darse cuenta de ellos (Bornstein y D'Agostino, 1992; Hansen y Wänke, 2009; Kunst-Wilson y Zajonc, 1980; Willems et al., 2010). En un experimento, algunas mujeres escucharon música de un lado de unos audífonos y palabras del otro; se les pidió que repitieran las palabras en voz alta, centrando su atención en las palabras e ignorando la música. Más tarde, cuando las mujeres escucharon las diferentes tonadas entremezcladas con algunas semejantes, pero que jamás habían escuchado, no las reconocieron. No obstante, *las que más les agradaron* fueron aquellas tonadas que habían oído antes. Incluso los pacientes con amnesia, que pueden recordar en forma consciente muy poco de lo que experimentan, prefieren rostros que han visto hace poco (Marin-Garcia et al., 2013).

Vale la pena notar que los juicios conscientes relacionados con los estímulos de estos experimentos proporcionaron menos señales acerca de lo que las personas habían oído o visto que lo que hicieron sus sentimientos instantáneos. Probablemente pueda recordar alguna situación en la que de manera inmediata e intuitiva haya sentido agrado o desagrado por alguien sin saber la razón a nivel consciente. Zajonc (1980) argumenta que *las emociones son con frecuencia más instantáneas que el pensamiento*. La idea bastante sorprendente de Zajonc, que las emociones son en parte independientes del pensamiento ("el afecto puede anteceder a la cognición"), ha encontrado apoyo en investigaciones cerebrales recientes. La emoción y la cognición se localizan en regiones cerebrales diferentes. En monos, las lesiones a la amígdala (una estructura cerebral relacionada con las emociones) dañarán sus respuestas emocionales, pero sus funciones cognitivas quedarán intactas. Si se lesiona su hipocampo (una estructura relacionada con la memoria), su funcionamiento cognitivo se verá afectado, pero sus respuestas emocionales quedarán intactas (Zola-Morgan et al., 1991).

El efecto de mera exposición tiene "enorme importancia adaptativa" señala Zajonc (1998). Es un fenómeno "preprogramado" que predispone nuestras atracciones y apegos. Ayudó a nuestros ancestros a categorizar cosas y personas como familiares y seguras o como desconocidas y potencialmente peligrosas. Mientras más interactúen dos personas desconocidas, más atractivas tenderán a encontrarse entre sí (Reis et al., 2011). El efecto de la mera exposición matiza nuestras valoraciones de otros: nos gustan las personas conocidas (Swap, 1977) y las percibimos como más felices (Carr et al., 2017) y dignas de confianza (Sofer et al., 2015). "Si te es conocido, todavía no te ha comido" solía decir Zajonc (Bennett, 2010). También funciona en sentido opuesto: las personas que nos agradan (por ejemplo, desconocidos que están sonriendo en comparación con desconocidos que no lo están haciendo) nos parecen más conocidos (Garcia-Marques et al., 2004).

El lado negativo de la mera exposición es nuestra desconfianza ante aquello que no conocemos, lo que podría explicar los prejuicios involuntarios e inconscientes que las personas experimentan a menudo al verse confrontadas con personas que son diferentes a ellas. Lactantes de incluso tres meses de edad exhiben una preferencia por su propia raza: si están al cuidado de otras personas de su misma raza, prefieren mirar rostros similares a la suya (Bar-Haim et al., 2006; Kelly et al., 2005, 2007).

Incluso, nos agradamos más de la forma en que estamos acostumbrados a vernos. En un experimento encantador, los investigadores les mostraron a algunas mujeres fotografías de sí mismas y de sus imágenes en el espejo. Al preguntarles cuál imagen preferían, la mayoría eligió la imagen del espejo; la imagen que estaban más acostumbradas a ver (con razón nuestras fotografías jamás se ven del todo bien). Cuando les mostraron las mismas dos imágenes a amistades de las mujeres,

Efecto de mera exposición. Si es igual a la mayoría de nosotros, la canciller alemana, Angela Merkel, con seguridad preferirá el rostro familiar de la imagen en el espejo (izquierda) que ve todas las mañanas al cepillarse los dientes, a su imagen real (derecha).
©Andra/AlamyStockPhoto

prefirieron la imagen verdadera; la imagen que *ellos* estaban acostumbrados a ver (Mita et al., 1977). Ahora que vemos imágenes de *selfies* con tanta frecuencia, ¿cree que los resultados varíen?

Los publicistas y los políticos explotan este fenómeno. Cuando las personas no tienen sentimientos intensos acerca de un producto o candidato, la mera repetición puede aumentar las ventas o los votos (McCullough y Ostrom, 1974; Winter, 1973). Después de repeticiones incansables de un comercial, es frecuente que los compradores tengan una respuesta inconsciente automática y favorable hacia el producto. Algunos estudiantes que vieron anuncios inesperados de productos de marca en páginas de internet tuvieron una actitud más positiva hacia ésta, incluso cuando no recordaban haber visto los anuncios (Courbet et al., 2014). Si los candidatos son relativamente desconocidos, aquellos con el máximo de exposición en los medios suelen ser quienes ganan (Patterson, 1980; Schaffner et al., 1981). Los estrategas políticos que comprenden el efecto de la mera exposición reemplazan los argumentos razonados con anuncios breves que repiten de manera incansable el nombre del candidato y el eslogan de su campaña.

El respetado presidente de la Suprema Corte del estado de Washington, Keith Callow, aprendió la lección cuando en 1990 perdió ante un oponente en apariencia carente de esperanzas, Charles Johnson. Johnson, un abogado desconocido que manejaba casos criminales de poca monta y divorcios, se postuló como candidato con la consigna de que "debía desafiarse" a los jueces. Ninguno de los dos hombres hizo campaña y los medios no prestaron atención a la contienda. El día de la elección, aparecieron los nombres de ambos candidatos sin identificación alguna; solo los dos nombres uno junto al otro. El resultado: una victoria a favor de Johnson de 53% contra 47%. "Hay muchos más Johnsons que Callows", comentó el juez destituido más tarde a una pasmada comunidad jurídica. De hecho, el periódico más grande del estado contó 27 entradas de Charles Johnson en el directorio telefónico local. Forzados a elegir entre dos nombres desconocidos, muchos de los votantes prefirieron el nombre más cómodo y conocido de Charles Johnson (uno de los cuales era un comentarista de televisión conocido en la localidad).

ATRACTIVO FÍSICO

¿Qué es lo que busca (o buscaba) en una pareja potencial? ¿Sinceridad? ¿Integridad? ¿Sentido del humor? ¿Atractivo físico? Las personas sofisticadas e inteligentes no hacen el más mínimo caso a las cualidades tan superficiales como la belleza física: saben que "la belleza no lo es todo" y que "no debes juzgar un libro por su cubierta". Por lo menos, saben que eso es lo que *deberían* sentir. Como aconsejó Cicerón: "Resiste a la apariencia".

"Deberíamos prestar atención a la mente, no a la apariencia externa".

—Esopo, *Fábulas*

La creencia de que el físico no es importante puede ser otro ejemplo de cómo negamos lo que en verdad influye en nosotros, dado que en la actualidad ya existe todo un archivero lleno de investigaciones que muestran que la apariencia importa. La consistencia y generalidad de sus efectos es impactante. El atractivo físico es un valor.

Atractivo y citas

Nos guste o no, el atractivo físico de una joven mujer y de un hombre joven es un factor de predicción moderadamente bueno de la frecuencia con la que saldrán en citas (Berscheid et al., 1971; Reis et al., 1980, 1982; Walster et al., 1966). Sin embargo, más mujeres que hombres dicen que prefieren una pareja que sea poco atractiva, pero cariñosa que a alguien que tenga atractivo pero que sea distante (Fletcher et al., 2004). En una encuesta mundial de internet de la BBC con casi 220 000 personas, los hombres, más que las mujeres, clasificaron el atractivo físico como importante en una pareja, mientras que más mujeres que hombres le asignaron importancia a la honestidad, el sentido del humor, la gentileza y la responsabilidad (Lippa, 2007). En una investigación longitudinal que estudió a parejas heterosexuales por cuatro años, el atractivo físico de la esposa predijo la satisfacción marital del marido más de lo que el atractivo físico del marido predijo la satisfacción de la mujer. En otras palabras, las esposas atractivas conducen a maridos más felices, pero los esposos atractivos tuvieron un menor efecto en la felicidad de sus esposas (Meltzer et al., 2014). Los hombres gay y las mujeres lesbianas también exhibieron estas diferencias sexuales, por lo que los hombres tanto gay como heterosexuales valoraron la apariencia física más que las mujeres, ya fueran lesbianas o heterosexuales (Ha et al., 2012).

¿Será que estos autoinformes indican, como lo han supuesto muchos, que las mujeres acatan más los consejos de Cicerón? ¿O que nada ha cambiado desde 1930, cuando el filósofo inglés Bertrand Russell (1930, p. 139) escribió: "¿En términos generales, las mujeres aman a los hombres por su carácter mientras que los hombres aman a las mujeres por su apariencia?" ¿O es que esto

Maxine!Comix ©Marian Henley. Impreso con autorización del artista.

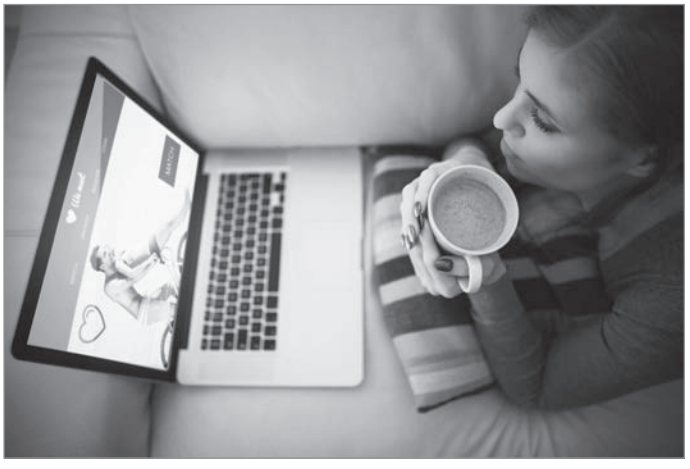
"La belleza personal es una mejor recomendación que cualquier carta de presentación".

—Diógenes Laercio, *Aristóteles*

sucede porque es más frecuente que los hombres inviten a las mujeres? Si las mujeres indicaran sus preferencias entre varios hombres, ¿su apariencia física sería igual de importante para ellas de lo que lo es para los hombres?

En un estudio clásico, Elaine Hatfield y colaboradores (1966) emparejaron a 752 alumnos de primer año de la Universidad de Minnesota para un baile como parte de la "Semana de Bienvenida". Los investigadores le aplicaron una prueba de aptitudes y de personalidad a cada alumno, pero formaron a las parejas de manera aleatoria. La noche del baile, las parejas bailaron y hablaron por dos y media horas y después evaluaron sus citas. ¿Qué tan bien predijeron la atracción las pruebas de personalidad y de aptitudes? ¿A las personas les atrajo más una persona con alta autoestima o con baja ansiedad o diferente de sí mismas en cuanto a sociabilidad? Los investigadores examinaron una larga lista de posibilidades, pero hasta donde pudieron determinar, importó una sola cosa: lo atractiva que era la persona (según valoración previa de los investigadores). Mientras más atractiva fue la mujer, más agradó al hombre y más dispuestoa estaba a volver a salir con ella. Y mientras más atractivo el hombre, más le agradó a la mujer y más quiso volver a salir con él. Lo bonito agrada.

Estudios más recientes han obtenido datos de noches de citas relámpago, en las que la gente interactúa con una variedad de parejas potenciales durante algunos minutos y después indica las personas a las que le gustaría volver a ver (si ambas personas indican que "sí", se les proporciona la información de contacto). El procedimiento se fundamenta en investigaciones que muestran que podemos formar impresiones perdurables de otros con base en "rebanadas delgadas" de su comportamiento social de algunos segundos de duración (Ambady et al., 2000). En investigaciones relacionadas con las citas relámpago, los hombres (a diferencia de las mujeres) pensaron que les importaría más el atractivo físico de la pareja potencial, pero cuando llegó el momento en que debían decidir con quién querrían salir, el atractivo del candidato fue igual de importante tanto para hombres como para mujeres (Eastwick y Finkel, 2008a, b).



Atractivo y citas. Para los clientes de citas por internet, el atractivo es parte de lo que se ofrece y se busca.
©Wavebreak Media Ltd/123RF

Un metaanálisis reciente de 97 estudios encontró que hombres y mujeres colocaban la misma relativamente elevada importancia sobre el atractivo físico y alrededor de la misma relativamente baja importancia sobre las perspectivas salariales (Eastwick et al., 2014). Como vimos antes, otros estudios encontraron resultados diferentes. Así, el que los hombres valoren el atractivo físico más que las mujeres es dudoso, pero es considerable de forma evidente la importancia que se le da a este en las citas; en especial cuando

estas derivan de primeras impresiones. Sin embargo, una vez que las personas llegan a conocerse durante meses o años a través de su trabajo o de una amistad, se centran más en sus cualidades únicas de individuos, en lugar de en su atractivo físico o estatus. En varios estudios longitudinales que examinaron el agrado entre amigos, mientras más tiempo pasaba, más diferían los amigos en cuanto a quién resultaba más atractivo como pareja. Entre 167 parejas, aquellas que más tiempo llevaban de conocerse y que tenían una amistad antes de que salieran en citas diferían más en cuanto al atractivo físico que aquellas que se habían conocido por menos tiempo y que no tenían una amistad antes de salir (Hunt et al., 2015). En una encuesta del 2012, 43% de las mujeres y 33% de los hombres afirmaron que se habían enamorado de alguien hacia quien no se habían sentido atraídos de inicio (Fisher y Garcia, 2013). En otras palabras, siempre hay un roto para un descosido: una vez que se llegan a conocer (Eastwick y Hunt, 2014). Lo bonito agrada, pero con probabilidad por periodos pequeños.

La apariencia física importa menos entre parejas que fueron amigos antes de empezar a salir juntos.
©Cathy Yeulet/123RF

Incluso, las apariencias influyen en las votaciones, o así parecería indicarlo un estudio de Alexander Todorov y colaboradores (2005; Todorov, 2011). A estudiantes de la Universidad de Princeton les mostraron fotografías de candidatos en 95 contiendas por el Senado de Estados Unidos desde el 2000 y de 600 contiendas electorales por puestos en la Cámara de Representantes de Estados Unidos. Solo con base en el atractivo, los estudiantes (que prefirieron a los candidatos con aspecto más competente a aquellos con rostros más juveniles) adivinaron en forma correcta a los ganadores de 72% de las contiendas para el Senado y 76% de las contiendas para la Cámara de Representantes. Algunos estudios de seguimiento han confirmado el hallazgo de que los votantes prefieren a candidatos de aspecto más competente (Antonakis y Dalgas, 2009; Chiao et al., 2008). Pero el género también resultó importante: los hombres tuvieron mayores probabilidades de votar por mujeres candidatas físicamente atractivas y las mujeres tuvieron mayores probabilidades de votar por candidatos hombres de aspecto más accesible. De la misma manera, las personas heterosexuales exhiben un sesgo positivo a favor de candidatos laborales y solicitantes universitarios más atractivos; *siempre y cuando* pertenecieran al sexo opuesto (Agthe et al., 2011).

"Si te has de casar de manera sabia, cásate con tu igual".

—Ovidio
(43 a. C. - 17 d. C.)

El fenómeno de emparejamiento

No todo el mundo puede terminar con alguien despampanante como pareja. De modo que, ¿cómo es que las personas se emparejan? A juicio de las investigaciones de Bernard Murstein (1986) y de otros investigadores, se ajustan a la realidad. Se emparejan con personas que son casi igual de atractivas que ellos mismos. Algunos estudios han mostrado una fuerte correspondencia entre las mediciones de atractivo de esposos y esposas, de parejas en citas e, incluso, de aquellas personas dentro de fraternidades específicas (Feingold, 1988; Montoya, 2008). Las personas tienden a elegir amistades y, en especial, a casarse con aquellas personas que representan una "buena combinación" no solo por su nivel de inteligencia, popularidad y autovalía, sino también por su atractivo físico (McClintock, 2014; Taylor et al., 2011).

Algunos experimentos confirman este **fenómeno de emparejamiento**. Cuando decidimos a quién acercarnos, sabiendo que la otra persona está en libertad de decir que sí o que no, es frecuente que las personas se acerquen y hagan una mayor inversión en buscar a alguien cuyo atractivo se asemeje al suyo propio, en términos generales (Berscheid et al., 1971; van Straaten et al., 2009). Buscan a alguien que les parece deseable, pero tienen en cuenta los límites de su propia deseabilidad. Los emparejamientos físicamente adecuados pueden conducir a las buenas relaciones, informó Gregory White (1980) a partir de un estudio de parejas que salían juntas en UCLA. Las que más se parecían en atractivo físico fueron las que mayores probabilidades tuvieron, nueve meses después, de haberse enamorado de manera profunda. Por el contrario, cuando las parejas eran disímiles en cuanto a su atractivo, tuvieron mayores probabilidades de considerar dejar la relación en busca de alguien más (Davies y Shackelford, 2017).

fenómeno de emparejamiento
La tendencia de hombres y mujeres a elegir como pareja a aquellos que son una "buena combinación" en atractivo y otros rasgos.

Es posible que estas investigaciones lo hagan pensar en parejas felices que difieren en términos de su belleza percibida. En tales casos, es frecuente que la persona menos atractiva cuente con

cualidades compensatorias. Cada miembro de la pareja lleva sus activos al mercado social y el valor de los activos respectivos crea un aparejamiento equitativo. Los anuncios personales y las representaciones propias en servicios de citas en línea exhiben este intercambio de activos (Cicerello y Sheehan, 1995; Hitsch et al., 2006; Koestner y Wheeler, 1988; Rajecki et al., 1991). Por lo regular, los hombres ofrecen riqueza o estatus a cambio de juventud y atractivo físico; las mujeres con frecuencia hacen lo contrario: "Mujer atractiva, delgada e inteligente de 26 años de edad, busca a hombre profesional y cálido". Los hombres que anuncian sus ingresos y educación, así como las mujeres que publicitan su juventud y su belleza, reciben más respuestas a sus anuncios (Baize y Schroeder, 1995). El proceso de equiparación de activos ayuda a explicar la razón por la que las mujeres bellas y jóvenes con frecuencia se desposan con hombres mayores de estatus social elevado (Elder, 1969; Kanazawa y Kovar, 2004). Mientras más rico es el hombre, más joven y bella la mujer.

El estereotipo del atractivo físico

"Si yo no fuera bella, ¿usted cree que él estaría *conmigo*?".

—Melania Trump cuando se le preguntó "si Donald Trump no fuera rico, ¿estaría con él?". *Glamour,* 2005

¿El efecto del atractivo surge solo del aspecto físico? Claro que no es así, como lo descubrieron investigadores que utilizaron a un maquillador para darle un rostro cicatrizado, amoratado o deforme a un cómplice del experimentador por demás atractivo. Las personas que tomaban el tren de Glasgow para ir a sus trabajos evitaron sentarse junto a un cómplice del experimentador cuya cara estaba en apariencia desfigurada (Houston y Bull, 1994). En un experimento, a dos grupos de observadores se les pidió que supusieran cuáles eran los rasgos de personalidad de una persona con base en fotografías. Aquellos que vieron las fotos de personas desfiguradas las juzgaron como menos inteligentes, emocionalmente estables y dignas de confianza que aquellas que vieron fotografías de esas mismas personas después de una intervención de cirugía plástica (Jamrozik et al., 2018). Además, de manera muy semejante a la forma en que los adultos se inclinan hacia otros adultos atractivos, los niños pequeños prefieren a otros niños atractivos (Dion y Berscheid, 1974; Langlois et al., 2000). A juzgar por el tiempo que pasan viendo a alguien, incluso los niños de tres meses de edad prefieren las caras sugestivas (Langlois et al., 1987).

estereotipo del atractivo físico
La suposición de que las personas de apariencia atractiva también poseen otros rasgos socialmente deseables: lo que es bello es bueno.

Los adultos exhiben un sesgo similar al juzgar a los niños. A algunos maestros de quinto grado de Missouri se les dio información idéntica de un niño o niña, pero junto con la fotografía de un niño atractivo o poco atractivo. Los maestros percibieron que los niños atractivos eran más inteligentes y exitosos en la escuela (Clifford y Walster, 1973). Imagine encontrarse en un patio de juegos como supervisor y tener que disciplinar a un niño o niña que se estuviese portando mal. ¿Podría usted, al igual que las mujeres que estudió Karen Dion (1972), mostrar menos calidez y empatía hacia un niño poco agraciado? La triste realidad es que la mayoría de nosotros asumimos que los niños feos son menos capaces y socialmente competentes que sus pares más bellos (vea "Detalles de la historia: Ellen Berscheid habla acerca del atractivo").

Coincidencia de activos. El famosísimo guitarrista de los Rolling Stones, Keith Richards, ha estado casado con la supermodelo Patti Hansen, 19 años menor que él, desde 1983.
©s_bukley/Shutterstock

Es más, suponemos que las personas bellas poseen ciertos rasgos de personalidad deseables. En igualdad de circunstancias, suponemos que las personas bellas son más felices, más deseables en términos sexuales, más sociables, más inteligentes y más exitosas; aunque no más honestas (Eagly et al., 1991; Feingold, 1992b; Jackson et al., 1995). En un estudio, los estudiantes juzgaron que las mujeres atractivas eran más agradables, abiertas, sociables, ambiciosas y emocionalmente estables (Segal-Caspi et al., 2012). Estamos más deseosos de establecer vínculos con personas atractivas, lo que motiva que proyectemos atributos deseables, como la amabilidad y el interés recíproco, sobre estas personas (Lemay et al., 2010). Cuando los directores ejecutivos atractivos de empresas aparecen en la televisión, el precio de sus acciones aumenta; pero el que se les cite en un periódico, sin fotografía, no tiene efecto alguno (Halford y Hsu, 2014).

En conjunto, estos hallazgos definen un **estereotipo del atractivo físico**: lo que es bello es bueno. Los niños aprenden este estereotipo desde una temprana edad, a menudo a través de historias que los adultos les cuentan. "Las películas de Disney promueven el estereotipo de que lo que es bello es bueno", informaron Doris Bazzini y colaboradores (2010) a partir de un análisis de personajes humanos de 21 películas animadas. Blanca Nieves y la Cenicienta son bellas y amables. La bruja y las hermanastras son feas y malas. "Si quieres que te quiera alguien que no es de tu familia, te sirve mucho ser bonita", concluyó una niña de ocho años de edad. O, como lo expresó una niñita de jardín de niños cuando se le preguntó qué significaba ser bello: "es como ser una princesa: todo el mundo te quiere" (Dion, 1979).

Detalles DE LA HISTORIA

Ellen Berscheid habla acerca del atractivo

Recuerdo en forma vívida la tarde en que empecé a apreciar los trascendentales alcances del atractivo físico. La estudiante de posgrado, Karen Dion (ahora catedrática de la Universidad de Toronto), averiguó que algunos de los investigadores de nuestro Instituto de Desarrollo Infantil habían recolectado las valoraciones de la popularidad de niños en guarderías y habían tomado una fotografía de cada niño. Aunque los maestros y cuidadores de estos niños nos habían asegurado que "todos los niños son bellos" y que era imposible que existiera cualquier tipo de discriminación con base en su atractivo, Dion sugirió que instruyéramos a algunas personas a calificar el físico de cada niño y que correlacionáramos dichas calificaciones con su popularidad. Después de hacerlo, nos dimos cuenta de que nuestra posibilidad remota había resultado cierta: los niños atractivos eran los niños populares. De hecho, el efecto era mucho más potente de lo que nosotros y otros más habían supuesto, con un sinfín de implicaciones que los investigadores siguen tratando de rastrear.

Fuente: Berscheid, E., Universidad de Minnesota.

Ellen Berscheid
Universidad de Minnesota
©Ellen Berscheid

Si el atractivo físico tiene tal importancia, el cambio permanente del atractivo de las personas debería cambiar la forma en que los demás reaccionan a ellas. ¿Pero es ético alterar el aspecto físico de una persona? Este tipo de manipulación se lleva a cabo millones de veces al año a manos de cirujanos plásticos y ortodoncistas. Con sus dientes blanqueados y enderezados, su cabello reemplazado y teñido, el rostro operado, la grasa eliminada y los senos aumentados, levantados o reducidos, la mayoría de las personas insatisfechas con sus cuerpos expresan su satisfacción con los resultados de los procedimientos a los que se someten, aunque algunos pacientes infelices buscan repeticiones de tales procedimientos (Honigman et al., 2004).

"Incluso la virtud es más hermosa dentro de un cuerpo hermoso".

—Virgilio, *Eneida,* siglo I a. C.

Para examinar el efecto de tales alteraciones sobre los demás, Michael Kalick (1977) pidió a estudiantes de Harvard que calificaran sus impresiones de ocho mujeres con base en fotografías de perfil tomadas antes o después de una cirugía estética. No solo juzgaron a las mujeres como más atractivas después de la cirugía, sino que también las calificaron como más amables, sensibles, sexualmente deseables y delicadas, agradables, y así en forma sucesiva.

PRIMERAS IMPRESIONES Decir que el atractivo es importante, si no intervienen otros factores, no es decir que la apariencia física siempre supera a las demás cualidades. Algunas personas juzgan a los demás según su apariencia más que otras (Livingston, 2001). Además, el atractivo afecta de manera más intensa las primeras impresiones. Pero estas son importantes y han adquirido mayor importancia a medida que la sociedad se vuelve cada vez más móvil y urbanizada, y conforme el contacto entre personas es cada vez más fugaz (Berscheid, 1981). La propia presentación en Facebook empieza con la cara, y en los experimentos de citas relámpago, el efecto del atractivo es más fuerte cuando las elecciones de las personas se hacen de manera superficial; cuando conocen a muchas personas con velocidad (Lenton y Francesconi, 2010). Eso ayuda a explicar la razón por la que el atractivo es un mejor factor de predicción de la felicidad y las relaciones sociales para aquellas personas que viven en entornos urbanos más que en entornos rurales (Plaut et al., 2009).

Aunque los entrevistadores quieran negarlo, el atractivo y la apariencia afectan las primeras impresiones en las entrevistas de empleo; en especial si el evaluador es del sexo opuesto (Agthe et al., 2011; Cash y Janda, 1984; Mack y Rainey, 1990; Marvelle y Green, 1980). Las personas valoran los nuevos productos de manera más favorable cuando se asocian con inventores atractivos (Baron et al., 2006). Tales impresiones ayudan a explicar por qué las personas atractivas y las personas altas tienen trabajos más prestigiosos y ganan más dinero (Engemann y Owyang, 2003; Persico et al., 2004).

Patricia Roszell y colaboradores (1990) estudiaron los ingresos de canadienses cuyos entrevistadores los habían calificado en una escala de uno (feo) a cinco (muy atractivo). Encontraron que por cada unidad adicional de la escala de atractivo calificado, las personas ganaban, en promedio, 1 988

dólares más por año. Irene Hanson Frieze y asociados (1991) llevaron a cabo ese mismo análisis con 737 graduados de una maestría en administración de empresas después de calificarlos con una escala de atractivo similar de cinco puntos, por medio de las fotografías de sus anuarios. Por cada unidad adicional en la escala de atractivo calificado, los hombres ganaron 2 600 dólares adicionales y las mujeres 2 150 dólares adicionales. En *Beauty Pays* (*La belleza paga*), el economista Daniel Hamermesh (2011) argumenta que, en el caso de los hombres, el atractivo físico tiene el efecto de un año y medio de educación adicional en ingresos.

La velocidad con la que se forman las primeras impresiones y su influencia sobre el pensamiento ayudan a explicar la razón por la que lo bonito prospera. Incluso una exposición de 0.013 segundos, demasiado breve como para discernir un rostro, basta para permitir que las personas adivinen el atractivo de una cara (Olson y Marshuetz, 2005). Además, al categorizar palabras subsiguientes como buenas o malas, mostrar una cara atractiva por poco tiempo predispuso a las personas a categorizar las palabras buenas con mayor velocidad. Lo bonito se percibe de inmediato y ayuda a preparar el procesamiento positivo.

¿ES ACERTADO EL ESTEREOTIPO DE "LO BELLO ES BUENO"? ¿Las personas bellas en realidad cuentan con características deseables? Por siglos, aquellos que se consideraban científicos serios lo pensaban al buscar identificar los rasgos físicos (ojos esquivos, una barbilla débil) que predijeran el comportamiento delictivo. Por otra parte, ¿estaba en lo correcto León Tolstoi al afirmar que era "una extraña ilusión... suponer que la belleza es bondad"? A pesar de las percepciones de otros, las personas físicamente atractivas no difieren de las demás en cuanto a sus rasgos básicos de personalidad como amenidad, mentalidad abierta, extraversión, ambición o estabilidad emocional (Segal-Caspi et al., 2012). No obstante, hay cierta verdad en el estereotipo. Los niños y adultos jóvenes que son atractivos tienden a ser un poco más relajados, sociables y socialmente sofisticados (Feingold, 1992b; Langlois et al., 2000).

En un estudio, 60 hombres de la Universidad de Georgia llamaron por teléfono y hablaron por cinco minutos con tres estudiantes mujeres cada uno. Después, tanto mujeres como hombres calificaron a sus parejas telefónicas en cuanto a habilidades sociales y amenidad. Aquellos que eran atractivos (aunque no se les vio jamás) obtuvieron calificaciones más elevadas (Goldman y Lewis, 1977). Lo mismo sucede en línea: incluso cuando no habían visto las fotografías de los hombres, las mujeres calificaron el texto de los perfiles de hombres atractivos de un sitio de internet de citas como más deseable y confiado. Lo que es bello es bueno, incluso en línea (Brand et al., 2012). Los individuos de apariencia atractiva también tienden a ser más populares, sociables y tipificados en términos de género como más tradicionalmente masculinos si son hombres o más femeninas si son mujeres (Langlois et al., 1996).

Estas pequeñas diferencias promedio entre personas atractivas y poco atractivas con probabilidad surjan a partir de profecías autocumplidas. A las personas atractivas se les valora y favorece, de modo que muchas de ellas desarrollan una mayor confianza social (recuerde de capítulos anteriores el experimento en el que los hombres evocaron una respuesta cálida de mujeres no vistas que *pensaban* eran atractivas). De acuerdo con ese análisis, lo que resulta esencial para las propias habilidades sociales no es cómo uno se ve, sino el trato que recibe de otros y cómo se siente respecto a sí mismo; si se acepta, se agrada y se siente cómodo consigo mismo.

¿Quién es atractivo?

Hemos descrito el atractivo como si fuese una cualidad objetiva similar a la estatura, de la cual algunas personas tendrán más y otras menos. En términos estrictos, el atractivo es lo que las personas de cualquier lugar o momento dado consideran como atractivo. Por supuesto, esto varía. Los estándares de belleza por los que se juzga a Miss Universo con dificultad pueden aplicarse a la totalidad del planeta. Personas en diferentes sitios y épocas se han perforado la nariz, alargado el cuello, teñido el cabello, blanqueado los dientes, pintado la piel, atiborrado de comida para volverse voluptuosas, muerto de hambre para adelgazar y envuelto en corsés de cuero para hacer que sus senos parecieran pequeños; o bien han utilizado silicona y sostenes rellenos para hacerlos parecer más grandes. En culturas con escasos recursos y en el caso de personas pobres o hambrientas, el sobrepeso corporal parece atractivo; en las culturas o casos individuales en que hay recursos abundantes, la belleza con frecuencia se relaciona con la delgadez (Nelson y Morrison, 2005). Además, el atractivo influye en los desenlaces vitales menos en culturas en las que las relaciones se basan más en el parentesco o en los arreglos sociales que en la elección personal (Anderson et al., 2008). A pesar de tales variaciones, parece haber "un poderoso acuerdo dentro

Los estándares de belleza varían de cultura en cultura. No obstante, algunas personas se consideran atractivas en la mayor parte del mundo.
(Izquierda a derecha): ©2009 Jupiterimages Corporation; ©John Lund/Getty Images; cortesía de Catherine Karnow; ©Marc Romanelli/Getty Images

y entre culturas en cuanto a quién resulta atractivo y quién no" señalan Judith Langlois y colaboradores (2000).

De manera irónica, ser en verdad atractivo es ser *perfectamente promedio* (Rhodes, 2006). Algunos investigadores han digitalizado innumerables caras y las han hecho promedio mediante una computadora. De manera inevitable, las caras compuestas les parecen más atractivas a las personas que casi todas las caras reales (Langlois y Roggman, 1990; Langlois et al., 1994; Perrett, 2010; **figura 11.2**). A lo largo de 27 naciones, una proporción promedio de la longitud piernas-cuerpo parece

FIGURA 11.2

¿Quién es la más hermosa del reino?

Cada año, la elección de Miss Alemania le ofrece la respuesta a un país. Un equipo de investigación formado por estudiantes de la Universidad de Ratisbona, en colaboración con un canal alemán de televisión, ofrecieron una alternativa. Christoph Braun y sus compatriotas (Gruendl, 2005), fotografiaron a las 22 finalistas de Reina de la Belleza del 2002, sin maquillaje y con el pelo recogido, y después crearon una Miss Alemania Virtual que era la mezcla combinada de todas ellas. Cuando a algunos adultos de un centro comercial les mostraron a las finalistas y después a la Miss Alemania Virtual, fácilmente calificaron a la Miss Virtual como la más atractiva de todas ellas. Aunque la ganadora verdadera de Miss Alemania (izquierda) quizá se haya sentido decepcionada al averiguar que todo el mundo prefirió a su competidora virtual por encima de ella, puede sentirse tranquila de que jamás la conocerá.
Izquierda: ©Oliver Bodmer/Action Press/ZUMAPRESS.com; derecha: ©Dr. Martin Gruendl

más atractiva que las piernas muy largas o muy cortas (Sorokowski et al., 2011). Tanto en el caso de humanos como de animales, el aspecto promedio es el que mejor representa a los prototipos (del típico hombre, mujer, perro o lo que sea), por lo que resulta fácil de procesar y categorizar para el cerebro, señala Jamin Halberstadt (2006). Es algo que tenemos que enfrentar: el promedio perfecto es agradable a los ojos (y al cerebro).

Así también, los rostros y cuerpos promediados por computadora tienden a ser perfectamente *simétricos*; otra de las características de las personas atractivas en forma notable (y exitosas en términos reproductivos) (Brown et al., 2008; Gangestad y Thornhill, 1997). Si usted pudiera tomar cualquiera de las mitades de su cara con su imagen de espejo, formando así un rostro perfectamente simétrico, mejoraría su apariencia (Penton-Voak et al., 2001; Rhodes, 2006; Rhodes et al., 1999). A excepción de algunos rasgos faciales, promediar un número de rostros atractivos y simétricos de este tipo produce un rostro todavía más atractivo (Said y Todorov, 2011).

"El poder es un afrodisiaco fabuloso".

—Henry Kissinger, citado en *The New York Times,* 19 de enero de 1971

EVOLUCIÓN Y ATRACCIÓN Los psicólogos que operan a partir de un enfoque evolutivo explican la preferencia humana por las parejas atractivas en términos de estrategia reproductiva. Suponen que la belleza señala información biológica importante: salud, juventud y fertilidad. Y así es. Los hombres con rostros atractivos tienen espermatozoides de mejor calidad. Las mujeres con cuerpos en forma de reloj de arena tienen ciclos menstruales más regulares y son más fértiles (Gallup et al., 2008). Al paso del tiempo, los hombres que prefirieron a las mujeres de aspecto fértil se reprodujeron más que aquellos que estaban igual de contentos de aparearse con mujeres posmenopáusicas. Ese resultado de la historia humana, cree David Buss (1989), explica por qué los hombres de 37 culturas, desde Australia y hasta Zambia, en efecto prefirieron características femeninas juveniles que señalan la presencia de capacidad reproductiva.

"El amor no es más que una artimaña que se juega para lograr la perpetuación de la especie".

—W. Somerset Maugham (1874-1965), novelista

Los psicólogos evolutivos también suponen que la evolución predispone a las mujeres a favorecer las características masculinas que indican la capacidad de proveer y proteger los recursos. Al seleccionar parejas potenciales, informan Norman Li y colaboradores (2002), los hombres requieren de cierta cantidad de atractivo físico, las mujeres prefieren estatus y recursos, y ambos le dan una calurosa bienvenida a la amabilidad y la inteligencia. La importancia que dan las mujeres al atractivo físico de los hombres también puede depender de sus metas: aquellas centradas en relaciones a corto plazo prefieren hombres más simétricos y, por ende, más atractivos, mientras que aquellas que se centran más en el largo plazo encuentran que esto es menos importante, con probabilidad porque el atractivo físico puede conllevar características más negativas como la infidelidad (Quist et al., 2012).

Los psicólogos evolutivos también han explorado las respuestas de hombres y mujeres a otras señales del éxito reproductivo. Los hombres de todas partes del mundo se sienten más atraídos hacia mujeres cuyas cinturas son 30% más estrechas que sus caderas, una figura que se asocia con una máxima fertilidad sexual (Karremans et al., 2010; Perilloux et al., 2010; Platek y Singh, 2010; Zotto y Pegna, 2017). Las circunstancias que reducen la fertilidad de las mujeres, desnutrición, embarazo, menopausia, también alteran sus figuras.

La psicología evolutiva teoriza que los hombres fuertes habrían tenido mayores oportunidades de sobrevivir y de reproducirse a lo largo del curso de la historia humana, lo que explicaría la preferencia de las mujeres por los hombres musculosos.
©dash/123RF

Al juzgar a hombres como parejas potenciales de matrimonio, las mujeres también prefieren una proporción masculina cintura-cadera que sugiere salud y vigor. Califican a los hombres musculosos como más sexis y estos se sienten más sexis, a su vez, e informan de más parejas sexuales a lo largo de sus vidas (Frederick y Haselton, 2007). Esto tiene sentido en términos evolutivos, indica Jared Diamond (1996): un guapo musculoso tenía mayores probabilidades de conseguir alimento, construir casas y derrotar a sus enemigos que el flacucho enclenque. Pero las mujeres de hoy prefieren todavía más a los hombres con ingresos elevados (Muggleton y Fincher, 2017; Singh, 1995).

Durante la ovulación, las mujeres exhiben una mayor precisión en sus juicios acerca de la orientación sexual de los hombres (Rule et al., 2011) y una desconfianza mayor hacia los hombres pertenecientes a exogrupos (McDonald et al., 2011). Un estudio encontró que durante su ovulación, las mujeres jóvenes tienden a preferir y usar ropas más sugerentes que cuando no se encuentran en su periodo fértil (Durante et al., 2008). En otro estudio, las bailarinas exóticas que estaban ovulando generaban un promedio de 70 dólares por hora; el doble que los 35 dólares por hora de aquellas que estaban menstruando (Miller et al., 2007).

Nos encontramos, sugieren los psicólogos evolutivos, motivados por nuestras atracciones primarias. Al igual que comer y respirar, la atracción y el apareamiento son demasiado importantes como para relegarlos a los caprichos de la cultura.

COMPARACIÓN SOCIAL Aunque nuestra psicología del apareamiento contiene mucha sabiduría biológica, la atracción no se encuentra preprogramada en forma total. Lo que le parece atractivo también dependerá de sus estándares de comparación.

Para hombres quienes recientemente han estado contemplando fotografías de modelos desnudas en revistas, las mujeres promedio e, incluso, sus propias esposas les parecen menos atractivas (Kenrick et al., 1989). De manera similar, ver películas pornográficas donde se simula el sexo apasionado disminuye la satisfacción con la propia pareja (Zillmann, 1989). Verse excitado de manera sexual puede hacer que una persona del sexo opuesto parezca más atractiva en forma *temporal*. Pero el efecto duradero de la exposición a personas que son un "10 perfecto" o de representaciones sexuales poco realistas es hacer que la propia pareja luzca menos atractiva; más como un "6" que como un "8".

Sucede lo mismo en el caso de nuestras percepciones propias. Después de ver a personas muy atractivas del mismo género, las personas se califican como *menos* atractivas que después de ver a una persona poco agraciada (Brown et al., 1992; Thornton y Maurice, 1997). De manera similar, la autovaloración de la deseabilidad de los hombres se ve minada por la exposición a hombres dominantes y exitosos. Gracias a los medios modernos, en una sola hora podemos ver "docenas de individuos más atractivos y exitosos de los que ninguno de nuestros ancestros hubiera visto en un año o, incluso, en toda su vida", señalaron Sara Gutierres y sus colaboradores (1999). No solo eso, es frecuente que observemos a personas delgadas y libres de arrugas fotográficamente modificadas que ni siquiera existen. Estos estándares de comparación tan extraordinarios nos engañan con el resultado de que devaluamos a nuestras parejas potenciales y a nosotros mismos, y gastamos miles de millones de dólares en cosméticos, auxiliares de dietas y cirugías plásticas. Pero incluso después de otros 17 millones de dólares anuales en procedimientos cosméticos tan solo en Estados Unidos, es posible que no haya ganancias netas en la satisfacción humana. Si otras personas enderezan, blanquean y arreglan sus dientes y usted no lo hace, la comparación social puede dejarlo más insatisfecho con sus dientes normales y naturales de lo que hubiera estado si se viera rodeado de pares cuyos dientes también fueran naturales.

EL ATRACTIVO DE AQUELLOS A QUIENES AMAMOS Concluyamos nuestro análisis sobre el atractivo de manera optimista. Primero, el atractivo facial de una chica de 17 años de edad es un factor de predicción muy débil de su atractivo a los 30 y 50 años. En ocasiones, un adolescente de aspecto promedio, en especial uno con una personalidad cálida y atractiva, puede convertirse en un adulto de mediana edad con gran atractivo físico (Zebrowitz et al., 1993, 1998).

Segundo, no solo percibimos a las personas atractivas como agradables, sino que también percibimos a las personas agradables como atractivas. Quizá podrá recordar a individuos quienes le parecieron más atractivos mientras más los conocía. Sus imperfecciones físicas ya no le parecían tan notables. Alan Gross y Christine Crofton (1977; también vea Lewandowski et al., 2007) pidieron a algunos estudiantes que vieran las fotografías de diferentes personas después de leer una descripción favorable o desfavorable de la personalidad de dicha persona. A aquellos a quienes se describió como cálidos, serviciales y considerados también *parecieron* más atractivos. Los demócratas calificaron a su compañero de partido, Barak Obama, como de apariencia física más atractiva que los republicanos; los republicanos calificaron a su compañera de partido, Sarah Palin como físicamente más atractiva que los demócratas (Kniffin et al., 2014). Así entonces, es posible que sea cierto que "por el canto se conoce al ave" y que "lo bueno es bello". Descubrir las semejanzas que existen entre otra persona y nosotros mismos también hace que la persona nos parezca más atractiva (Beaman y Klentz, 1983; Klentz et al., 1987).

Y, además, el amor percibe la hermosura: mientras más está enamorada una mujer de un hombre, más atractivo lo encuentra (Price et al., 1974). Y mientras más enamoradas están dos personas, menos atractivas les parecen todas las demás personas del sexo opuesto (Johnson y Rusbult, 1989; Simpson et al., 1990). "Será posible que el pasto sea más verde al otro lado de la cerca, señalan Rowland Miller y Jeffry Simpson (1990), pero los jardineros felices tienen menos probabilidades de notarlo". Es *en absoluto* cierto que la belleza está, hasta cierto grado, en quien la contempla.

La descripción que Henry James hizo de la novelista George Eliot (el pseudónimo de Mary Ann Evans): "Es exquisitamente fea, y horrible de manera deliciosa. Tiene una frente angosta, ojos grises y opacos, una nariz enorme y pendular, y una boca descomunal atestada de dientes torcidos... Pero dentro de esta vasta fealdad reside una belleza de lo más poderosa que, en muy pocos minutos, se manifiesta de manera sigilosa y encanta, hasta que uno termina como terminé yo, perdidamente enamorado de ella".
©London Stereoscopic Company/ Hulton Archive/Getty Images

SEMEJANZA CONTRA COMPLEMENTARIEDAD

A partir de nuestro análisis hasta el momento, podríamos suponer que León Tolstoi tenía toda la razón al decir: "El amor depende [...] de reuniones frecuentes y del estilo en el que se peina el pelo y en el color y corte del vestido". Sin embargo, con el paso del tiempo, existen otros factores que influyen en si el conocimiento se convierte en amistad

¿Es cierto que Dios los cría y ellos se juntan?

De esto podemos estar seguros en lo absoluto: si Dios los crio, ellos se juntarán. Amigos, parejas comprometidas en matrimonio y cónyuges tienen muchas más probabilidades de compartir actitudes, creencias, valores y rasgos de personalidad que personas juntadas al azar (Youyou et al., 2017). Además, mientras mayor sea la semejanza entre marido y mujer, más felices serán y menos probabilidades existirán de que se divorcien (Byrne, 1971; Caspi y Herbener, 1990). Las parejas que están saliendo en citas y que comparten más actitudes políticas y religiosas tuvieron mayores probabilidades de seguir juntas después de 11 meses (Bleske-Rechek et al., 2009). Estos hallazgos correlacionados resultan intrigantes. Pero la causa y el efecto siguen siendo un enigma. ¿La semejanza conduce al agrado? ¿O es que el agrado conduce a la semejanza?

"¿Pueden andar dos hombres juntos si no se han puesto de acuerdo?"

—Amós 3:3

LA SEMEJANZA GENERA AGRADO A fin de discernir las causas de los efectos, experimentamos. Imagine que en una fiesta del campus, Lakesha se mete en una larga discusión relacionada con política, religión y agrados y desagrados personales con Les y Lon. Ella y Les descubren que coinciden acerca de casi todo, y ella y Lon coinciden en algunas cosas. Más tarde, reflexiona: "Les es en verdad inteligente... y tan agradable. Espero que nos veamos de nuevo". En diferentes experimentos, Donn Byrne (1971) y sus colaboradores capturaron la esencia de la experiencia de Lakesha. Una y otra vez encontraron que mientras más parecidas sean las actitudes de alguien a las propias, más nos agradará la persona.

Estudios recientes han replicado estos efectos y han encontrado que los estudiantes sienten agrado por personas con actitudes similares (Montoya y Horton, 2012; Reid et al., 2013). Amigos de Facebook y miembros de las mismas fraternidades tienden a compartir semejanzas faciales (Hehman et al., 2018). La semejanza produce agrado no solo en el caso de estudiantes universitarios, sino también en niños y adultos mayores, en personas de distintas ocupaciones y en aquellos provenientes de diversas culturas.

"Y son amigos aquellos que llegan a considerar las mismas cosas como buenas o como malas, quienes son amigos de la mismas personas y enemigos de tales otras... Nos agradan aquellos que se parecen a nosotros y que tienen los mismos intereses".

—Aristóteles, *Retórica,* Siglo IV a. C.

El efecto semejanza-agrado se ha sometido a prueba en situaciones de la vida real:

- *Compañeros de cuarto y personas en citas relámpago*. En dos de las universidades de Hong Kong, Royce Lee y Michael Bond (1996) encontraron que las amistades entre compañeros de cuarto florecían cuando los compañeros compartían valores y rasgos de personalidad, pero sucedía todavía más cuando *percibían* a sus compañeros como semejantes a ellos. La semejanza percibida también importaba más que la semejanza verdadera durante las citas relámpago (Tidwell et al., 2013). La realidad importa, pero la percepción importa todavía más.
- *Desconocidos*. En diferentes entornos, las personas que entren a una habitación llena de desconocidos se sentarán más cerca de aquellos que se parezcan a ellos mismos (Mackinnon et al., 2011). Las personas que usan lentes se sentarán cerca de otras personas que también los usen. Las de pelo largo se sientan más cerca a personas que también tienen el pelo largo; y las de cabello oscuro se sentarán más cerca de aquellas que también tengan el cabello oscuro (incluso después de la decisión por raza y sexo).
- *Bebés*. Incluso los lactantes de 11 meses de edad tuvieron mayores probabilidades de elegir un muñeco de peluche que parecía comer los mismos alimentos o que llevaba guantes del mismo color que ellos. Esto sugiere que la preferencia por otros semejantes se desarrolla de manera muy temprana, incluso antes de que los bebés puedan hablar (Mahajan y Wynn, 2012).
- *Imitación como semejanza conductual*. Las personas sienten agrado no solo por aquellos que piensan como ellos, sino también por aquellos que actúan como ellos. La imitación sutil fomenta el agrado. ¿Alguna vez ha notado que cuando alguien asiente con la cabeza cuando lo hace usted y hace eco de sus mismos pensamientos sentirá un cierto agrado y afinidad con él o ella? Esta es una experiencia común, informan Rick van Baaren y colaboradores (2003 a, b), y da por resultado propinas más elevadas para los meseros de un restaurante holandés que imitan a sus clientes tan solo repitiendo lo que hayan ordenado. La imitación natural aumenta la afinidad, señalan Jessica Lakin y Tanya Chartrand (2003) y ese deseo de afinidad aumenta la imitación.
- *En Asia también*. Sea que se trate de China o del mundo Occidental, las actitudes, rasgos y valores semejantes unen a las parejas y predicen su satisfacción (Chen et al., 2009; Gaunt, 2006; Gonzaga et al., 2007).

Así entonces, la semejanza genera agrado. *Sí* es cierto que Dios los cría y ellos se juntan. Con seguridad lo habrá notado al descubrir a una persona que comparte sus ideas, valores y deseos, a ese alguien especial a quien le agradan las mismas comidas, las mismas actividades y la misma música que le gustan a usted (cuando tienen los mismos gustos en música, las personas infieren que también comparten valores [Boer et al., 2011]).

El principio de que la semejanza atrae es un punto de venta esencial para los sitios de citas en línea como chemistry.com e eHarmony.com que emparejan a sus usuarios con otros semejantes a través de fórmulas secretas. Con eso en mente, Samantha Joel y sus colaboradores (2017) les aplicaron a estudiantes universitarios una batería exhaustiva de 100 cuestionarios de personalidad y actitudes, e ingresaron los resultados en un sofisticado programa de cómputo. Sin embargo, el programa no pudo predecir quién sentiría agrado por quién después de verse en el mundo real durante una serie de citas relámpago de cuatro minutos de duración. De modo que, ¿cómo es que tantas personas no solo usan sitios de citas en línea sino que encuentran a parejas estables en ellos? Con probabilidad porque los sitios expanden su reserva de citas potenciales (Finkel et al., 2012). Lo que sucede después es mucho menos predecible.

LAS DIFERENCIAS GENERAN DESAGRADO Tenemos un sesgo, el sesgo del falso consenso, que nos hace suponer que otros comparten nuestras actitudes. También tendemos a ver a aquellas personas que nos agradan como semejantes a nosotros (Castelli et al., 2009). Llegar a conocer a alguien y descubrir que la realidad es que no se parece a nosotros tiende a disminuir el agrado (Norton et al., 2007). Y si las desemejanzas tienen que ver con poderosas convicciones morales, esas personas nos desagradarán y nos distanciaremos de ellas todavía más (Skitka et al., 2005). A menudo, no es tanto que las personas en un mismo partido político sientan agrado por los demás partidarios como que desdeñen a las personas que pertenecen a la oposición (Hoyle, 1993; Rosenbaum, 1986).

En términos generales, las actitudes diferentes disminuyen el agrado más de lo que las actitudes semejantes lo potencian (Singh y Ho, 2000; Singh y Teob, 1999). Dentro de sus propios grupos, donde esperan que existan semejanzas, es en particular difícil que las personas sientan agrado por alguien que tenga perspectivas diferentes (Chen y Kenrick, 2002). Quizá eso explique la razón por la que las personas que salen juntas y los compañeros de cuarto se asemejan más al paso del tiempo en cuanto a sus respuestas emocionales a eventos y en sus actitudes (Anderson et al., 2003; Davis y Rusbult, 2001). La "alineación de actitudes" ayuda a promover y a mantener las relaciones cercanas, un fenómeno que también puede llevar a las parejas a sobreestimar sus semejanzas en actitudes (Kenny y Acitelli, 2001; Murray et al., 2002).

El que las personas perciban a aquellos de otra raza como semejantes o diferentes influye en sus actitudes raciales. Siempre que un grupo considere a uno distinto como ajeno, como criaturas que hablan, viven y piensan de manera diferente, el potencial de conflicto es elevado. De hecho, a excepción de relaciones íntimas, como salir en citas, la percepción de mentalidades similares es más importante para la atracción que las pieles parecidas. En un estudio, algunos liberales expresaron su desagrado por los conservadores y viceversa, pero la raza no afectó el agrado (Chambers et al., 2012).

El "racismo cultural" persiste, argumenta el psicólogo social James Jones (1988, 2003, 2004), porque las diferencias culturales son un hecho de la vida: la cultura negra tiende a orientarse al presente, ser expresiva de manera espontánea, espiritual y motivada de forma emocional. La cultura blanca tiende a orientarse más al futuro, a lo material y está motivada por los logros. En lugar de tratar de eliminar estas diferencias, afirma Jones, sería mejor que apreciáramos lo que "contribuye al tejido cultural de una sociedad multicultural". Hay situaciones en las que la expresividad es ventajosa y situaciones en las que una orientación al futuro es provechosa. Cada cultura tiene mucho que aprender de la otra. En países como Canadá, Gran Bretaña y Estados Unidos, donde la inmigración y las tasas de nacimiento diferentes producen una creciente diversidad, educar a las personas para respetar y apreciar a aquellos que son diferentes es un reto importante. Dada la creciente diversidad cultural y nuestra natural desconfianza de las diferencias, es posible que represente el desafío social más importante de nuestros tiempos.

A pesar de la teoría popular de que los opuestos (por ejemplo, las personas calladas y las estridentes) se complementan (complementariedad), es más probable que las personas *similares* se sientan románticamente atraídas la una por la otra.
©Sunshine Pics/Alamy Stock Photo

¿Los opuestos se atraen?

¿Y acaso no es cierto que también nos vemos atraídos por personas que *difieren* de nosotros en alguna forma? En términos físicos, nos sentimos atraídos a personas cuyo olor sugiere la presencia de genes lo bastante diferentes como para prevenir la endogamia (Garver-Apgar et al., 2006). Pero, ¿y qué con las actitudes y rasgos conductuales? Los investigadores han explorado esa pregunta comparando no solo las actitudes y creencias de amigos y cónyuges, sino también sus edades, religiones, razas, conductas de tabaquismo, nivel socioeconómico, educación, estatura, inteligencia y apariencia. En todos estos aspectos, y más, sigue prevaleciendo la semejanza (Buss, 1985; Kandel, 1978). Entre 410 alumnos del primer año de educación media, aquellos que eran similares en popularidad, aplomo y desempeño académico tuvieron mayores probabilidades de seguir siendo amigos un año después (Hartl et al., 2015). Dios los cría inteligentes y ellos se juntan. Y lo mismo sucede con los ricos, los protestantes, los altos y los bonitos.

Y de todos modos nos resistimos. ¿Acaso no nos sentimos atraídos por personas cuyas necesidades y personalidades complementan las nuestras? ¿No será posible que un sádico y un masoquista encuentren el amor verdadero? El *Reader's Digest* nos ha dicho que "los polos opuestos se atraen... Los que socializan mucho se juntan con los aislados, los amantes de la novedad con las personas que detestan el cambio, los que gastan mucho con los tacaños, los arriesgados con los cautos" (Jacoby, 1986). El sociólogo Robert Winch (1958) concluyó que las necesidades de una persona sociable y dominante de forma natural complementarían aquellas de alguien tímido y sumiso. La lógica parece indudable y la mayoría de nosotros podemos pensar en parejas que consideran que sus diferencias son complementarias: "mi marido y yo somos perfectos el uno para el otro. Yo soy Acuario: completamente decidida. Él es Libra: no puede tomar decisiones. Pero siempre está feliz de seguirme la corriente en cuanto a los arreglos que haga".

Dado lo convincente que parece la idea, la incapacidad de los investigadores por confirmarla resulta asombrosa. Por ejemplo, la mayoría de las personas se siente atraída por la gente expresiva y sociable (Friedman et al., 1988; Watson et al., 2014). ¿No sería lógico que esto sucediera aún más cuando uno está triste? ¿Las personas deprimidas no buscan a aquellos cuya alegría les levante el ánimo? Al contrario, las personas no deprimidas son las que más prefieren la compañía de las personas alegres (Locke y Horowitz, 1990; Rosenblatt y Greenberg, 1988, 1991; Wenzlaff y Prohaska, 1989). Cuando uno se siente mal, la personalidad efusiva de alguien más puede resultar molesta. El efecto de contraste que hace que las personas promedio se sientan feas en compañía de aquellos que son hermosos también hace que las personas tristes se percaten aún más de su miseria en compañía de personas alegres.

complementariedad
La tendencia sostenida de forma popular de que, en las relaciones entre dos personas, cada una complementa lo que le falta a la otra.

A medida que la relación evoluciona, es posible que se desarrolle cierta **complementariedad**. Sin embargo, las personas siguen pareciendo apenas más proclives a sentir agrado y a casarse con aquellas personas cuyas necesidades, actitudes y personalidades son *semejantes* (Botwin et al., 1997; Buss, 1984; Rammstedt y Schupp, 2008; Watson et al., 2004). Quizá algún día descubramos algunas formas en que las diferencias por lo regular generen agrado. El aspecto dominio/sumisión bien puede ser uno de ellas (Dryer y Horowitz, 1997; Markey y Kurtz, 2006). Pero, como regla general, los opuestos no se atraen.

NOS AGRADAN AQUELLOS A QUIENES AGRADAMOS

"El hombre promedio está más interesado en una mujer que esté interesado en él de lo que está en una mujer con piernas preciosas".

—Marlene Dietrich, actriz, en *The Quotable Woman, 1800-1975, (La mujer citable, 1800-1975),* 1978

Por lo general, el agrado suele ser mutuo. La proximidad y el físico influyen en la atracción inicial que sentimos hacia alguien y la semejanza también influye en la atracción a mayor plazo. Si tenemos una profunda necesidad de pertenencia y de sentir que se nos quiere y se nos acepta, ¿no sería lógico que nos agraden aquellos a quienes les agradamos? ¿Las mejores amistades son sociedades de admiración mutua? De hecho, el que una persona sienta agrado por otra sí es un factor de predicción de que la otra persona sienta agrado de manera recíproca (Kenny y Nasby, 1980; Montoya e Insko, 2008). Una forma común de mostrar interés por alguien, hacerle preguntas, es en especial eficaz para aumentar el agrado (Huang et al., 2017).

¿Pero el que una persona sienta agrado por otra *causa* que el otro corresponda el agrado? Los informes de las personas de cómo es que se enamoraron parecen sugerirlo (Aron et al., 1989). Descubrir que en verdad le agradamos a una persona que nos parece atractiva parece despertar sentimientos románticos. Los experimentos lo confirman: aquellos a quienes se les dice que algunas otras personas específicas sienten agrado o admiración por ellas por lo regular sienten un afecto recíproco (Berscheid y Walster, 1978). Y todavía más, sugiere un experimento con citas relámpago,

si ese alguien siente un agrado especial por *uno* (Eastwick et al., 2007). Un toque de incertidumbre también puede avivar el deseo. Pensar que con probabilidad le agradamos a alguien, pero sin estar del todo seguros, tiende a aumentar que pensemos en la otra persona y que nos sintamos atraídos por ella (Whitechurch et al., 2011).

Y considere los siguientes hallazgos: los estudiantes sentirán mayor agrado por otro estudiante que diga ocho cosas positivas acerca de ellos que por aquel que diga siete cosas positivas y una cosa negativa (Berscheid et al., 1969). Somos sensibles hasta al más ligero asomo de crítica. El escritor Larry L. King habla a nombre de muchos cuando señala: "a lo largo de los años, he descubierto que, de manera extraña, las buenas reseñas no logran hacer sentir al autor tan bien como lo mal que lo hacen sentir las malas reseñas".

Sea que nos estemos juzgando a nosotros mismos o a los demás, la información negativa tiene un mayor peso porque, al ser menos común, acapara una mayor atención (Yzerbyt y Leyens, 1991). Los votos de las personas se ven más influidos por sus impresiones de las debilidades de los

"El papa me cae bien a menos de que yo no le caiga bien a él. Entonces, el papa no me cae bien".

—Tuit de Donald Trump, 18 de febrero de 2016

Enfoque

Lo malo es más fuerte que lo bueno

Hemos notado que las actitudes disimilares despiertan más nuestro desagrado por otros de lo que despierta la similitud de actitudes nuestro agrado por ellos. Y las críticas de los otros capturan nuestra atención y afectan nuestras emociones más de lo que hacen sus elogios. Roy Baumeister, Ellen Bratslavsky, Catrin Finkenauer y Kathleen Vohs (2001) afirman que esa es solo la punta del *iceberg*: "En la vida cotidiana, los malos sucesos tienen consecuencias más poderosas y más duraderas que los sucesos buenos comparables". Considere lo siguiente:

- Los actos destructivos dañan las relaciones cercanas más de lo que las benefician los actos constructivos (las palabras crueles perduran tiempo después de que se han olvidado las palabras amables).
- Los estados de ánimo negativos afectan nuestro pensamiento y memoria más que los estados de ánimo positivos (a pesar de nuestro optimismo natural, es más fácil recordar los eventos emocionales pasados negativos que los positivos).
- Existen más palabras para las emociones negativas que para las positivas y si les pedimos a las personas que piensen en palabras asociadas con emociones, primordialmente recordarán palabras negativas (*tristeza*, *enojo* y *miedo* son las tres más comunes).
- Los eventos negativos tienden a evocar más miseria que la felicidad que evocan los eventos positivos (en un análisis de Randy Larsen [2009], las experiencias emocionales negativas excedieron la intensidad de las experiencias emocionales positivas por un factor, en forma coincidente, que equivale a pi: 3.14).
- Los sucesos negativos únicos (traumas) tienen efectos más duraderos que los eventos positivos únicos (una muerte desencadena una mayor búsqueda de significado que un nacimiento).
- Los eventos negativos rutinarios reciben mayor atención y desencadenan una mayor reflexión que los sucesos positivos rutinarios.
- Perder dinero altera más a las personas que ganar la misma cantidad de dinero. Las pérdidas de ingresos tienen una mayor influencia en la satisfacción y felicidad que los aumentos en ingresos (Boyce et al., 2013).
- Los ambientes familiares muy negativos superan la influencia genética sobre la inteligencia más de lo que los hacen los ambientes familiares muy positivos (los malos padres pueden hacer menos inteligentes a sus hijos genéticamente brillantes; los buenos padres tienen menores posibilidades de hacer más inteligentes a sus niños poco dotados en cuanto a intelecto).
- Una mala reputación es más fácil de adquirir, y más difícil de superar, que una buena (una única mentira puede destruir la propia reputación e integridad).
- La mala salud disminuye la felicidad más de lo que la aumenta la buena salud (el dolor produce mucha más miseria que la alegría que produce la comodidad).

El poder de lo malo nos prepara para lidiar con las amenazas y nos protege de la muerte y la discapacidad. Para la supervivencia, lo malo puede ser más malo en comparación con lo bueno que puede ser lo bueno. La importancia de lo malo es una de las razones probables por las que en su primer siglo la psicología se centró tanto más en ello. Desde sus inicios y hasta 2017, PsycINFO (una guía de literatura de psicología) contaba con 31 060 artículos relacionados con el enojo, 238 157 que mencionaban la ansiedad y 292 136 que mencionaban la depresión. Había 10 artículos acerca de estos temas por cada uno relacionado con las emociones positivas como la dicha (9 299), la satisfacción vital (14 781) o la felicidad (17 395). De manera similar, "miedo" (74 250 artículos) superó a "valentía" (3 648). La fuerza de lo malo es "con probabilidad la mejor razón para que exista un movimiento de psicología positiva", concluyen Baumeister y colaboradores. Para superar la fuerza de los sucesos individuales negativos, "la vida humana necesita mucho más bien que mal".

candidatos presidenciales que por sus impresiones de sus fortalezas, un fenómeno que aprovechan con celeridad aquellos que diseñan las campañas negativas (Klein, 1991). Es una regla general de la vida: lo malo es más poderoso que lo bueno (Baumeister et al., 2001). (Vea "Enfoque: Lo malo es más fuerte que lo bueno".)

El agrado que sentimos por aquellos que percibimos que sienten agrado por nosotros se reconoció ya hace tiempo. Los pensadores, desde el filósofo Hecato de la antigüedad ("si deseas que te amen, ama") hasta Ralph Waldo Emerson ("la única manera para tener un amigo es serlo"), e incluso hasta Dale Carnegie ("reparta sus halagos en forma amplia") anticiparon estos hallazgos. Lo que no anticiparon fueron las condiciones precisas bajo las cuales opera el principio.

"Si 60 000 personas me dicen que les fascinó el espectáculo y después pasa una que dice que fue espantoso, ese es el comentario que voy a oír".

—Dave Matthews, músico, citado por P. Tolme en *Rock Star Longs for Simple Life,* 2000

Atribución

Como hemos visto, los halagos *sí* sirven de algo. Pero no para todo. Si algún elogio en forma evidente discrepa de lo que sabemos que es cierto, por ejemplo, si alguien nos dice "tu pelo se ve divino" cuando no nos lo hemos lavado en tres días, es más que posible que le perdamos el respeto al halagador y que nos preguntemos si su elogio tiene motivos ocultos (Shrauger, 1975). Así, es frecuente que percibamos que la crítica es más sincera que los elogios (Coleman et al., 1987). De hecho, cuando alguien empieza una oración con "Para ser honestos", sabemos que estamos a punto de escuchar algún tipo de crítica.

congraciamiento
El uso de estrategias, como la adulación, por las que las personas buscan obtener la aceptación de alguien.

Los experimentos de laboratorio revelan algo que hemos señalado en capítulos anteriores: nuestras reacciones dependerán de nuestras atribuciones. ¿Atribuimos los elogios al **congraciamiento**, a una estrategia en beneficio de quien los ofrece? ¿Esta persona está tratando de convencernos de que compremos algo, de hacernos ceder a sus insinuaciones sexuales o de que le hagamos un favor? Si es así, tanto el elogio como quien lo hace pierden su atractivo (Gordon, 1996; Jones, 1964). Pero si no existe algún motivo adicional aparente, le damos una cálida bienvenida tanto al halago, como al halagador.

Aronson (1988) especuló que la aprobación constante podría perder valor. Cuando un marido le dice a su esposa "caramba, mi vida, te ves maravillosa" por milésima vez, las palabras conllevan mucho menos impacto que si le dijera "caramba, mi vida, te ves horrible en ese vestido". Un ser amado al que se le ha consentido es difícil de complacer, pero fácil de herir. Esto sugiere que una relación abierta y honrada, en la que las personas disfrutan de la estima y aceptación mutuas, pero donde son francos, tiene mayores probabilidades de ofrecer recompensas continuas que aquella que se ha visto adormecida por la eliminación de emociones desagradables; una en la que las personas solo intentan, como recomendaba Dale Carnegie, "repartir halagos en forma amplia". Aronson (1988) lo expresó de la siguiente manera:

> A medida que una relación madura y adquiere mayor intimidad, lo que se vuelve cada vez más importante es la autenticidad: nuestra capacidad de dejar de tratar de dar una buena impresión y empezar a revelar cosas de nosotros mismos que son francas aunque desagradables... Si dos personas se tienen un afecto genuino, tendrán una relación más satisfactoria y emocionante por un periodo prolongado si son capaces de expresar sentimientos tanto positivos como negativos, que si son en lo absoluto "agradables" el uno con el otro en todo momento (p. 323)

"Se necesita de tu enemigo y de tu amigo, trabajando en conjunto, para lastimarte hasta el fondo del corazón; el enemigo para calumniarte y el amigo para hacerte llegar la noticia".

—Mark Twain, *Cabezahueca Wilson,* 1897

En la mayoría de las situaciones sociales, censuramos nuestros propios sentimientos negativos. Así, señalan William Swann y colaboradores (1991), hay algunas personas que no reciben ningún tipo de realimentación correctiva. Al vivir en un mundo de ilusiones agradables, continúan comportándose en formas que alejan a amistades potenciales. Un verdadero amigo es aquel que nos puede dar esa mala noticia... de manera agradable.

Alguien que en verdad nos ama nos dirá las cosas con franqueza, aunque también tenderá a vernos a través de gafas de color de rosa. Las parejas que salen o que están casadas y que son las más felices (y aquellas que se vuelven más felices todavía al paso del tiempo) son aquellas que consideran a su pareja en términos más positivos de lo que lo hace su pareja misma (Murray y Holmes, 1997; Murray et al., 1996a, b). Cuando nos enamoramos, tendemos a considerar a la persona a la que amamos no solo con mayor atractivo físico, sino como más socialmente deseable y nos complace que nuestras parejas nos consideren con ese mismo sesgo positivo (Boyes y Fletcher, 2007). No solo eso: las parejas casadas más satisfechas tienen más probabilidades de haberse idealizado al inicio de su matrimonio y de abordar los problemas sin criticar ni subestimar a sus parejas (Karney y Bradbury, 1997; Miller et al., 2006; Murray et al., 2011). La honestidad tiene su lugar dentro de una buena relación, pero también lo tiene la presuposición de la bondad básica del otro.

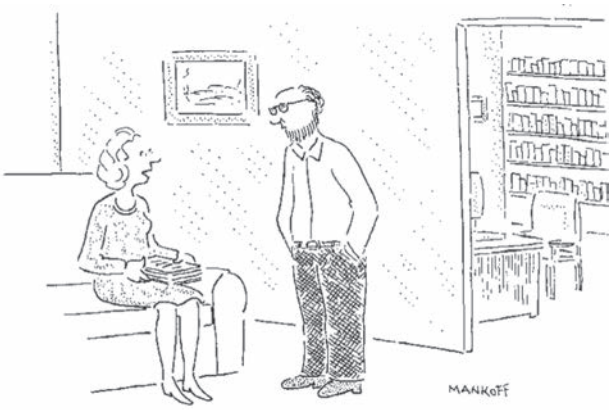
"No hay personas perfectas hasta que nos enamoramos de ellas".

— Andy Rooney, personalidad televisiva

RECOMPENSAS DE LA RELACIÓN

Si se les pregunta a la mayoría de las personas la razón por la que llevan una amistad con alguien o por qué sintieron atracción por sus parejas, pueden responder con celeridad. "Me agrada Carol porque es cálida, ocurrente y culta". Nos atraen aquellas personas con las que nos resulta satisfactorio y gratificante estar. La atracción está en quien la contempla (y en su cerebro).

Este punto puede expresarse como una sencilla **teoría de la atracción basada en la recompensa**: nos agradan aquellos que nos recompensan o a quienes asociamos con recompensas. Si una relación nos brinda más recompensas que costos, nos agradará y querremos que continúe. Algunos niños canadienses a los que se les asignó de manera aleatoria que llevaran a cabo tres actos de amabilidad (contra limitarse a visitar tres distintos sitios) se volvieron más socialmente aceptados y tuvieron menores probabilidades de ser víctimas de acoso; hicieron amigos mientras ayudaban a otros (Layous et al., 2012). En su libro *Máximas* de 1665, La Rochefoucauld conjeturó: "la amistad es un esquema para el intercambio mutuo de ventajas y favores personales mediante el cual puede beneficiarse la autoestima".



"Pues mira, y no estoy diciendo esto solo porque sea tu esposa, es pésimo".

El comentario de la esposa quizá no muestre congraciamiento para con su marido, pero sí exhibe autenticidad.
©Robert Mankoff. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

No solo nos agradan las personas que nos recompensan al estar con ellas sino que, según la segunda versión del principio de las recompensas, nos agradan aquellas personas que *asociamos* con sentimientos positivos. El condicionamiento crea sentimientos positivos hacia las cosas y las personas que asociamos con situaciones que recompensan (Byrne y Clore, 1970; De Houwer et al., 2001; Lott y Lott, 1974). Si después de una ardua semana de trabajo podemos relajarnos frente a una chimenea y disfrutar de buena comida, bebidas y música, con seguridad sentiremos una calidez especial hacia aquellos que nos rodean. Es menos probable que nos caiga bien alguien a quien conozcamos mientras estamos padeciendo un horrible dolor de cabeza.

teoría de la atracción basada en la recompensa
La teoría que indica que nos agradan aquellas personas cuyo comportamiento nos recompensa o a quienes asociamos con sucesos que recompensan.

Algunos experimentos confirman este fenómeno de agrado, y desagrado, por asociación (Hofmann et al., 2010). Cuando una experimentadora se mostraba agradable, los participantes elegían interactuar con alguien que se parecía a ella, pero si se portaba de manera desagradable, evitaban a la mujer que se parecía a ella (Lewicki, 1985). Elaine Hatfield y William Walster (1978) encontraron un consejo práctico en estas investigaciones: "las cenas románticas, las idas al teatro, las veladas en casa juntos y las vacaciones jamás dejan de importar... Si su relación ha de sobrevivir, es importante que *ambos* continúen asociando su relación con cosas buenas".

Esta sencilla teoría de la atracción, nos agradan quienes nos recompensan y aquellos a quienes asociamos con recompensas, nos ayuda a comprender por qué las personas de todo el mundo se sienten atraídas hacia aquellos que son cálidos, confiables y sensibles (Fletcher et al., 1999; Regan, 1998; Wojciszke et al., 1998). La teoría de las recompensas también nos ayuda a explicar algunas de las influencias sobre la atracción:

- La *proximidad* recompensa. Representa un costo menos en tiempo y esfuerzo recibir los beneficios de una amistad de alguien que vive o trabaja cerca de nosotros.
- Nos gustan las personas *atractivas* porque percibimos que pueden ofrecernos otras características deseables y porque nos beneficiamos al asociarnos con ellas.
- Si otros tienen opiniones *similares* nos recompensan porque suponemos que nosotros les agradaremos también. Además, las personas que comparten nuestros puntos de vista ayudan a validarlos. Y en verdad nos agradan las personas si cambiamos de forma exitosa su forma de pensar conforme a la nuestra (Lombardo et al., 1972; Riordan, 1980; Sigall, 1970).

La teoría de la recompensa de la atracción sugiere que cuando asociamos a nuestra pareja con actividades agradables, la relación perdura.
©Ryan McVay/Getty Images

- Nos agrada que agrademos y amamos que nos amen. Así, el agrado suele ser *mutuo*. Sentimos agrado por aquellos que sienten agrado por nosotros.

EN RESUMEN: ¿Qué conduce a la amistad y a la atracción?

- El mejor factor de predicción de la amistad entre dos personas es la mera *proximidad* entre ambas. La proximidad conduce a una *exposición* e interacción repetidas, lo que nos permite descubrir semejanzas y sentir el agrado que tenemos el uno por el otro.
- Un segundo determinante de la atracción inicial es el atractivo físico. Tanto en estudios de laboratorio como en experimentos de campo que involucran citas a ciegas, los estudiantes universitarios prefieren a las personas atractivas. Sin embargo, en la vida cotidiana las personas tienden a elegir a alguien cuyo atractivo se *equipare* de manera aproximada al propio (o a quien, si es menos atractivo, tiene otras cualidades compensatorias). Las atribuciones positivas acerca de las personas atractivas definen un *estereotipo de atractivo físico*: la suposición de que lo que es bello es bueno.
- El agrado se ve auxiliado en gran medida por una semejanza de actitudes, creencias y valores. La semejanza conduce al agrado; los opuestos rara vez se atraen.
- Es probable que desarrollemos amistades con personas que sientan agrado por nosotros.
- Según la *teoría de la atracción basada en la recompensa*, nos agradan las personas que nos premian con su comportamiento o a quienes asociamos con eventos que recompensan.

¿QUÉ ES EL AMOR?

Describa las variedades y los componentes del amor.

El amor es más complejo que el agrado y, por ende, más difícil de medir y más confuso de estudiar. Las personas lo añoran, viven por él y mueren por él.

La mayoría de los investigadores de la atracción han estudiado aquello que es más sencillo de estudiar: las respuestas durante encuentros breves con desconocidos. Las influencias de nuestro agrado inicial por alguien más, proximidad, atractivo, semejanza, sentir que agradamos y otras características que representan recompensas, también influyen en las relaciones cercanas a largo plazo. Así, las impresiones que las personas rápidamente se forman unas de otras proporcionan una pista acerca de su futuro a largo plazo (Berg, 1984; Berg y McQuinn, 1986). De hecho, si los romances de Estados Unidos florecieran de manera *aleatoria*, sin consideración por la proximidad y la semejanza, la mayoría de los católicos (que representan una minoría en ese país) se casarían con protestantes, la mayoría de las personas negras se casaría con blancos y los graduados universitarios (que también representan una minoría) tendrían las mismas probabilidades de casarse con desertores escolares que con otros graduados universitarios.

Así pues, las primeras impresiones son importantes. No obstante, el amor a largo plazo no es una mera intensificación del agrado inicial. Por ello los psicólogos sociales estudian las relaciones duraderas y cercanas.

AMOR PASIONAL

El primer paso para estudiar el amor romántico de manera científica, como en el estudio de cualquier variable, es decidir cómo definirlo y medirlo. Tenemos maneras de medir la agresión, el altruismo, el prejuicio y el agrado... pero, ¿cómo se mide el amor?

"¿Cómo te amo? Déjame contar las formas", escribió Elizabeth Barrett Browning. Los científicos sociales han contado diversas maneras. El psicólogo Robert Sternberg (1998) considera que el amor es un triángulo que consiste en tres componentes: pasión, intimidad y compromiso (**figura 11.3**).

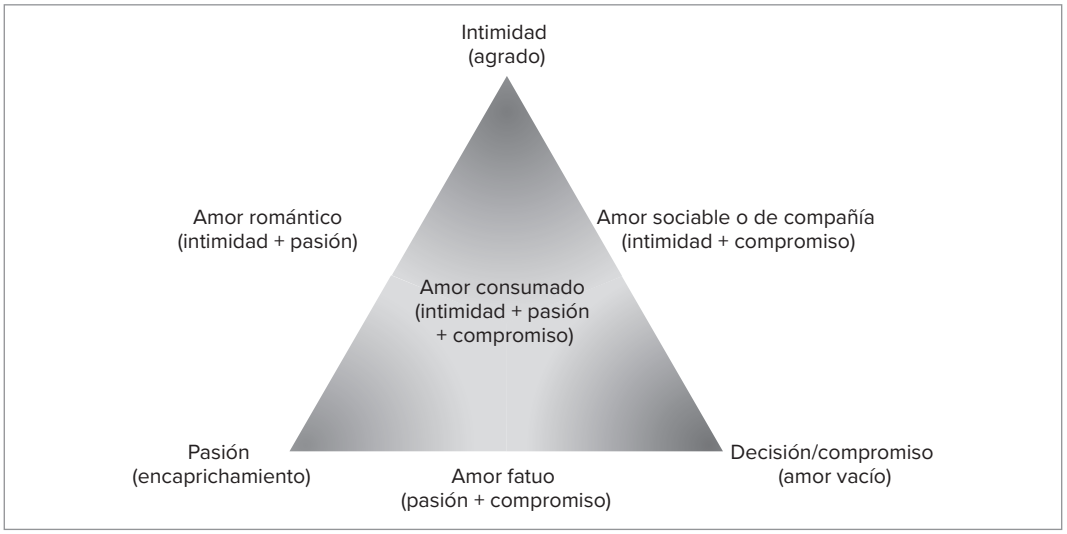


FIGURA 11.3
Concepción de Robert Sternberg (1988) de los tipos de amor como combinaciones de los tres componentes básicos del amor

Algunos de los elementos del amor son comunes a toda relación amorosa: comprensión mutua, dar y recibir apoyo, disfrutar de la compañía del amado. Algunos elementos son distintivos. Si experimentamos el amor pasional, lo expresamos de manera física, esperamos que la relación sea exclusiva y sentimos una intensa fascinación por nuestra pareja. Puede verse en nuestros ojos.

Zick Rubin (1973) lo confirmó. Aplicó una escala del amor a cientos de parejas de la Universidad de Michigan. Después, desde el otro lado de un vidrio de visión unilateral en la sala de espera de un laboratorio, cronometró el contacto ocular entre parejas con "amor débil" y con "amor fuerte" (la mirada mutua comunica agrado y evitar la mirada comunica ostracismo [Wirth et al., 2010]). De modo que los resultados de Rubin no lo sorprenderán: las parejas con amor fuerte se delataron a sí mismas mirándose a los ojos largo tiempo. Al hablar, también asienten con la cabeza, sonríen de manera natural y se inclinan hacia adelante (Gonzaga et al., 2001). Al observar a parejas en citas relámpago, no se lleva más que unos segundos hacer una suposición razonablemente precisa de si una persona está interesada en otra (Place et al., 2009).

El **amor pasional** es emocional, emocionante e intenso. Elaine Hatfield (1988) lo definió como *"un estado de añoranza intensa por unirse con otro"* (p. 193). Si es *correspondido*, uno se siente realizado y dichoso; en caso contrario, uno se siente vacío y lleno de desesperación. Al igual que en otras formas de excitación emocional, el amor pasional implica estar como en una montaña rusa de euforia y melancolía, de euforia estimulante y abatimiento miserable. "Jamás estamos tan indefensos contra el sufrimiento como cuando amamos", observó Freud. El amor pasional ocupa al amante con pensamientos del otro e involucra las mismas vías de recompensa en el cerebro que las adicciones a distintas sustancias (Fisher et al., 2016; Takahashi et al., 2015)

amor pasional
Estado de intensa añoranza por unirse con otro. Los amantes apasionados están absortos el uno por el otro, se sienten extasiados al alcanzar el amor de su pareja y se sienten desconsolados al perderlo.

El amor pasional es lo que uno siente no solo cuando ama a alguien, sino cuando también está enamorado de esa persona. Como señalan Sarah Meyers y Ellen Berscheid (1997), comprendemos que cuando alguien dice "te amo, pero no estoy enamorado de ti" lo que quiere decir es "Te quiero. Me importas. Creo que eres maravillosa, pero no me siento atraído en forma sexual hacia ti". Siento amistad, pero no pasión.

Aunque este beso parece reflejar amor puramente pasional, la realidad es que Scott Jones estaba tratando de calmar a su aterrada novia, Alexandra Thomas, a quien habían tirado al piso durante los disturbios en Vancouver en 2011 (Tran, 2015); un acto de amor consumado que combinaba intimidad, pasión y compromiso.
©Rich Lam/Getty Images

Una teoría del amor pasional

A fin de explicar el amor pasional, Hatfield indica que un estado dado de excitación puede dirigirse en cualquiera de varias emociones, dependiendo de la

Según la teoría bifactorial de las emociones, la excitación emocional ocasionada por una experiencia emocionante, tal como un paseo en uno de los juegos de un parque de diversiones, puede confundirse con atracción sexual.
©Trevor Adeline/Media Bakery

atribución que hagamos de dicha excitación. Una emoción implica tanto mente como cuerpo, es decir, ambas, la excitación y la manera en que interpretamos y clasificamos esa excitación. Imagine que el corazón se le sale del pecho y que sus manos le tiemblan: ¿está experimentando temor, ansiedad o dicha? En términos fisiológicos, una emoción es muy semejante a las demás. De modo que es posible que experimente esta excitación como dicha si está en una situación de euforia, como enojo si su ambiente es hostil y como amor pasional si la situación es romántica. Desde este punto de vista, el amor pasional es la experiencia psicológica de sentirse excitado, de manera biológica, por alguien que nos parece atractivo.

Si es cierto que la pasión es un estado acelerado que catalogamos como amor, entonces cualquier cosa que nos acelere debería intensificar los sentimientos de amor. En varios experimentos, los hombres universitarios excitados al leer o ver materiales eróticos experimentaron una intensificación en su respuesta a una mujer; por ejemplo, al dar una calificación mucho mayor en una escala de amor al describir a sus novias (Carducci et al., 1978; Dermer y Pyszczynski, 1978). Los partidarios de la **teoría bifactorial de las emociones**, desarrollada por Stanley Schachter y Jerome Singer (1962), argumentan que cuando los hombres apremiados respondían a una mujer, era fácil que atribuyeran una parte de su excitación a ella de manera errónea.

teoría bifactorial de las emociones
Excitación × su etiqueta = emoción.

De acuerdo con esta teoría, experimentar excitación a partir de *cualquier* fuente debería intensificar los sentimientos de pasión; siempre y cuando la mente esté en libertad de atribuir parte de dicha excitación a un estímulo romántico. En una demostración impresionante y famosa de este fenómeno, Donald Dutton y Arthur Aron (1974) hicieron que una joven atractiva se acercara a jóvenes solos mientras cruzaban un puente colgante estrecho e inestable de 137 metros de largo suspendido 70 metros sobre el rocoso río Capilano en la Columbia Británica. La mujer le pidió a cada uno de los jóvenes que la ayudaran a completar un cuestionario de clase. Una vez que hubieran terminado, ella escribió su nombre y número de teléfono en un papel e invitó a los jóvenes a llamarle si deseaban saber más acerca del proyecto. La mayoría de ellos aceptó el número de teléfono y la mitad de aquellos que lo hicieron le hablaron a la mujer. En contraste, los hombres a los que se les acercó mientras cruzaban por un puente bajo y sólido rara vez hablaron. De nuevo, la excitación física acentuó las respuestas románticas.

"La adrenalina asociada con una amplia variedad de sentimientos de euforia puede desbordarse y hacer que la pasión sea más intensa (una especie de fenómeno como 'mejor amar a través de la química')".
—Elaine Hatfield and Richard Rapson, *Passionate Love*, 1987

Las películas de horror, los paseos en montañas rusas y el ejercicio físico tienen el mismo efecto, en especial frente a aquellas personas que nos pareen atractivas (Foster et al., 1998; White y Kight, 1984). El efecto sigue siendo válido en el caso de parejas casadas. Aquellas que llevan a cabo actividades emocionantes juntas informan de tener las mejores relaciones. Y después de hacer una tarea de laboratorio estimulante contra una común y corriente (más o menos equivalente a correr una carrera de obstáculos a gatas), las parejas también informaron de una mayor satisfacción con su relación general (Aron et al., 2000). La adrenalina aviva las llamas del corazón.

Como lo sugiere lo anterior, el amor pasional es un fenómeno biológico así como psicológico. Las investigaciones del psicólogo Arthur Aron y sus colaboradores (2005) indican que el amor pasional involucra las áreas cerebrales ricas en dopamina que se asocian con las recompensas (**figura 11.4**).

El amor también es un fenómeno social. Como lo señala Ellen Berscheid (2010), el amor es más que lujuria. Si se complementa el deseo sexual con una amistad cada vez más profunda, el resultado es el amor romántico. Amor pasional = lujuria + apego.

Variaciones en amor: cultura y género

Siempre existe la tentación de suponer que la mayoría de las demás personas comparten nuestros sentimientos e ideas. Suponemos, por ejemplo, que el amor es una precondición para el matrimonio. La mayoría de las culturas (89% en un análisis de 166 culturas) cuentan con un concepto del amor romántico, como se refleja por medio del coqueteo y del hecho de que las parejas se fuguen para estar juntas (Jankowiak y Fischer, 1992). Pero en algunas culturas, en particular aquellas que practican los matrimonios concertados, el amor tiende a presentarse después, y no antes, del

matrimonio. Incluso, muchos estadounidenses no relacionaban amor con matrimonio apenas hace 50 años: en el decenio de 1960, solo 24% de mujeres universitarias y 65% de hombres universitarios consideraban que el amor era la base del matrimonio. En años más recientes, casi todos los alumnos universitarios creen esto último (Reis y Aron, 2008).

¿Los hombres y las mujeres difieren en la forma en que experimentan el amor pasional? Algunos estudios de hombres y mujeres que se enamoran y desenamoran revelan algunas sorpresas. La mayoría de las personas, incluyendo el escritor de la siguiente carta a una columna de consejos de un periódico, suponen que las mujeres se enamoran con mayor facilidad:

> Querida doctora Brothers:
> ¿Cree usted que sea afeminado un tipo de 19 años de edad que se enamore a tal grado que sienta que todo su mundo está vuelto de cabeza? En realidad creo que estoy loco porque esto me ha sucedido ya en varias ocasiones y el amor solo parece golpearme en la cabeza desde la nada... Mi padre dice que esa es la manera en que se enamoran las mujeres y que no sucede lo mismo en el caso de los hombres; o que al menos no se suponga que así sea. No puedo cambiar quién soy pero es algo que me preocupa un poco. P. T. (citado en Dion y Dion, 1985).

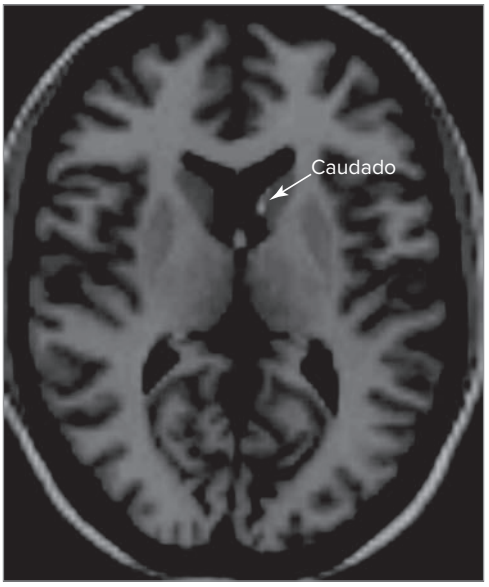


FIGURA 11.4
Este es el cerebro enamorado
Imágenes de resonancia magnética de jóvenes adultos enamorados en forma intensa revelaron áreas, tales como en núcleo caudado, que se activan más al mirar una fotografía del amado (pero no al ver la fotografía de algún otro conocido).
©De Aron, A., Fisher, H., Mashek, D. J., Strong, G., Li, H., y Brown, L. L. (2005). Reward, motivation, and emotion systems associated with early-stage intense romance love. *Journal of Neurophysiology, 94,* 327-337. Imagen por cortesía de Lucy L. Brown.

P. T. se sentiría más tranquilo con el hallazgo repetido de que, en realidad, son los hombres quienes tienden a enamorarse con mayor facilidad (Ackerman et al., 2011; Dion y Dion, 1985). También, al parecer, los hombres se desenamoran con mayor lentitud que las mujeres y tienen menores probabilidades de darle fin a un romance premarital. Para sorpresa de la mayoría de la gente, en las relaciones heterosexuales es el hombre, y no la mujer, quien con mayor frecuencia dice "te amo" (Ackerman et al., 2011).

Sin embargo, una vez enamoradas, las mujeres por lo regular se involucran en forma emocional al mismo grado que sus parejas, o incluso más. Es más probable que informen sentirse eufóricas, "embelesadas y despreocupadas" y como si "flotaran en una nube". También es un poco más probable que quienes se centren en la intimidad de la amistad y en la preocupación por sus parejas sean las mujeres más que los hombres. Es más probable que los hombres piensen acerca de los aspectos lúdicos y físicos de la relación más que las mujeres (Hendrick y Hendrick, 1995).

AMOR SOCIABLE O DE COMPAÑÍA

Aunque el amor pasional es ardiente, como una especie de cohete relacional, tiende a estabilizarse una vez que la relación alcanza una órbita estable. La euforia del romance puede durar algunos meses, o incluso un par de años. Pero no es para siempre. "Cuando estás enamorado, son los dos días y medio más gloriosos de tu vida", bromeaba el comediante Richard Lewis. La novedad, la intensa absorción mutua, la chispeante emoción del romance y la embelesada sensación de "flotar como en las nubes" desaparece. Después de un par de años de matrimonio, los cónyuges expresan su afecto alrededor de la mitad del tiempo que cuando se acababan de casar (Huston y Chorost, 1994). Alrededor de los cuatro años después de casarse, las tasas de divorcio alcanzan su máximo en las diferentes culturas alrededor del mundo (Fisher, 1994). Si ha de persistir una relación cercana, terminará por apaciguarse y convertirse en la cálida sensación de bienestar conocida como **amor sociable o de compañía**. Las

amor sociable (o de compañía)
El afecto que sentimos por aquellos con quienes nuestras vidas están profundamente entrelazadas.

A diferencia del amor pasional, el amor sociable o de compañía puede durar toda la vida.
©American Photo Archive/Alamy Stock Photo

hormonas facilitadoras de la pasión (testosterona, dopamina y adrenalina) disminuyen al tiempo que la oxitocina sustenta el apego y la confianza (Taylor et al., 2010).

A diferencia de las emociones desenfrenadas del amor pasional, el amor sociable es menos estridente; es un apego profundo y afectuoso. Activa distintas partes del cerebro (Aron et al., 2005). Y es igual de verdadero. Nisa, una mujer del pueblo !Kung San del desierto del Kalahari en África, explica: "cuando dos personas están juntas por primera vez, sus corazones arden y su pasión es enorme. Después de un tiempo, el fuego se enfría y así permanece. Siguen amándose, pero de manera diferente: cálida y confiable" (Shostak, 1981).

El vaivén del amor romántico sigue el patrón de la adicción a la cafeína, al alcohol y a otras drogas (Burkett y Young, 2012). Al principio, la droga provoca una reacción poderosa, una sensación de euforia. Con la repetición, las emociones contrarias adquieren fuerza y se desarrolla una tolerancia. La cantidad que antes era muy estimulante ya no produce excitación. Sin embargo, dejar de usar la sustancia no lo regresa al punto al que estaba de inicio. Más bien, produce síntomas de abstinencia: malestar, depresión y sensaciones de desagrado. Es frecuente que suceda lo mismo en el caso del amor. El subidón apasionado está destinado a templarse. La relación ya no romántica se da por sentada... hasta que termina. Entonces, el amante abandonado, el viudo, el divorciado, se sienten sorprendidos de lo vacía que ahora parece la vida sin la persona por la que hace tanto tiempo dejaron de sentirse vinculados de forma apasionada. Al haberse centrado en aquello que no estaba funcionando, dejaron de notar aquello que sí funcionaba (Carlson y Hatfield, 1992).

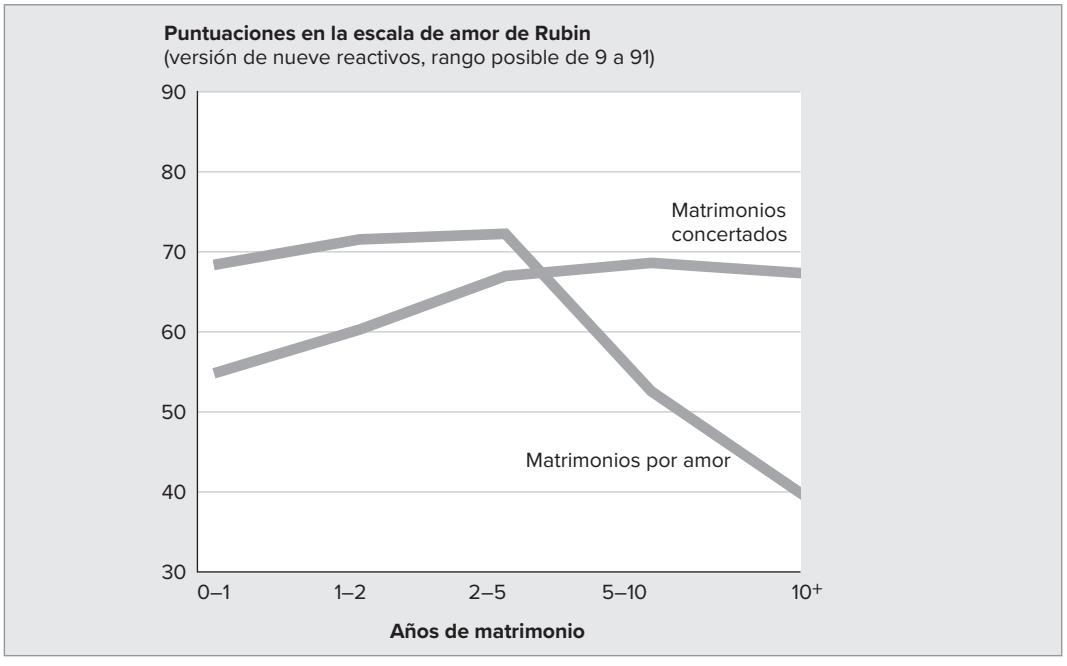
El enfriamiento del amor pasional al paso del tiempo y la creciente importancia de otros factores, como los valores compartidos, pueden verse en los sentimientos de aquellos que entran en matrimonios concertados, a diferencia de matrimonios por amor, en la India. Aquellos que se casan por amor informan de una disminución en los sentimientos amorosos después de un periodo de recién casados de cinco años de duración. En contraste, quienes se casan en matrimonios arreglados reportan estar *más* enamorados después de cinco años (Gupta y Singh, 1982; **figura 11.5**; para datos adicionales acerca del aparente éxito de los matrimonios concertados, vea J. E. Myers et al., 2005, Thakar y Epstein, 2011, y Yelsma y Athappilly, 1988).

A menudo, el enfriamiento del amor romántico intenso implica un periodo de desilusión, en especial entre aquellos que creen que el amor romántico es indispensable tanto para el matrimonio como para su continuación. En comparación con los estadounidenses, los asiáticos tienden a enfocarse menos en los sentimientos personales y más en los aspectos prácticos de las relaciones sociales (Dion y Dion, 1988; Sprecher y Toro-Morn, 2002; Sprecher et al., 1994b). Así, se encuentran menos vulnerables a la desilusión. Los asiáticos también tienden menos al individualismo centrado en sí mismos que, a la larga, puede minar una relación y conducir al divorcio (Dion y Dion, 1991; Triandis et al., 1988).

FIGURA 11.5

Amor romántico entre parejas en matrimonios concertados o por amor en Jaipur, India

Fuente: Datos de Gupta y Singh, 1982.



La disminución de la intensa fascinación mutua puede ser natural y adaptativa para la sobrevivencia de la especie. A menudo, el amor pasional deriva en los hijos, cuya supervivencia se ve auxiliada por la disminución en la obsesión mutua de sus padres (Kenrick y Trost, 1987). No obstante, para aquellos que permanecen casados más de 20 años, algunos de sus sentimientos románticos perdidos con frecuencia se reavivan a medida que se va vaciando el nido familiar y los padres están de nuevo en libertad para centrar su atención el uno en el otro (Hatfield y Sprecher, 1986; White y Edwards, 1990). "Ningún hombre o mujer en realidad saben lo que es el amor hasta que han estado casados un cuarto de siglo", dijo Mark Twain. Si la relación ha sido íntima, de recompensas mutuas y está arraigada en una historia vital compartida, el amor sociable se profundiza.

"¡Envejece a mi lado! Que lo mejor aún no ha llegado".

—Robert Browning, "Rabbi ben Ezra", en *Dramatis Personae,* 1864

EN RESUMEN: ¿Qué es el amor?

- Los investigadores han encontrado que el amor contiene componentes de intimidad, pasión y compromiso. El *amor pasional* se experimenta como una extraña confusión entre éxtasis y ansiedad, júbilo y dolor. *La teoría bifactorial de las emociones* sugiere que dentro de un contexto romántico, la excitación proveniente de cualquier fuente, incluso de las experiencias dolorosas, y puede dirigirse hacia la pasión.
- En las mejores relaciones, el subidón inicial de la pasión se convierte en una relación más estable y afectuosa denominada *amor sociable o de compañía*.

¿QUÉ HACE POSIBLE LAS RELACIONES CERCANAS?

Explique la manera en que los estilos de apego, equidad y sinceridad influyen en los altibajos de nuestras relaciones cercanas.

APEGO

El amor es un imperativo biológico. Somos criaturas sociales, destinadas a vincularnos con otros. Nuestra necesidad de pertenencia es adaptativa. La cooperación promueve la supervivencia. En el combate uno a uno, nuestros ancestros no eran los depredadores más poderosos; pero como cazadores-recolectores y en sus capacidades de defensa contra los depredadores, su fuerza se encontraba en los números. Debido a que quienes vivían en agrupaciones sobrevivían y se reproducían, en la actualidad, contamos con genes que nos predisponen a formar esos tipos de vínculos.

Los investigadores han encontrado que las diferentes formas de un gen en particular predicen la vinculación de parejas entre mamíferos. En el campañol, un roedor de campo muy similar al ratón, así como en los humanos, las inyecciones de hormonas tales como la oxitocina (que liberan las mujeres mientras amamantan y cuando se aparean) y la vasopresina producen sensaciones de bienestar que incitan la vinculación entre miembros del sexo opuesto (Donaldson y Young, 2008; Young, 2009). En los seres humanos, los genes asociados con la actividad de la vasopresina predicen la estabilidad marital (Walum et al., 2008). Tal es la biología del amor perdurable.

Nuestra dependencia como lactantes fortalece los vínculos humanos. Poco después de nuestro nacimiento, exhibimos diversas respuestas sociales: amor, temor, enojo. Pero la primera y más importante de todas ellas es el amor. Como bebés, preferimos rostros y voces familiares casi de inmediato. Emitimos gorgoritos y sonreímos cuando nuestros padres nos dan atención. Alrededor de los ocho meses de edad, gateamos hacia nuestra madre o padre y por lo común emitimos chillidos cuando se nos separa de ellos. Al reunirnos, nos aferramos a nuestros progenitores. Al mantener a los lactantes cerca de sus cuidadores, el poderoso apego social funge como importante impulso de supervivencia.

El apego, en especial para con nuestros cuidadores, es un poderoso impulso de supervivencia.
©Juice Images/Alamy Stock Photo

Si se les priva de apegos conocidos, en ocasiones bajo condiciones de descuido intenso, los niños pueden volverse aislados, miedosos y silenciosos. Después de estudiar la salud mental de niños abandonados en nombre de la Organización Mundial de la Salud, el psiquiatra John Bowlby concluyó: "el apego íntimo a otros seres humanos es el centro alrededor del cual se mueve la vida de una persona... A partir de estos apegos íntimos [es que la gente obtiene] fuerza y disfruta de la vida".

Los investigadores han comparado el apego y el amor en diversas relaciones cercanas: entre padres e hijos, entre amigos y entre cónyuges o amantes (Davis, 1985; Maxwell, 1985; Sternberg y Grajek, 1984). Existen algunos elementos en común en todo apego amoroso: comprensión mutua, dar y recibir apoyo, valorar y disfrutar de estar con el ser amado. Las mismas áreas cerebrales que se asocian con el apego materno también se activan cuando los adultos piensan en su pareja romántica (Acevedo et al., 2012). Sin embargo, el amor pasional cuenta con algunas características adicionales: afecto físico, expectativas de exclusividad y una intensa fascinación por el ser amado.

El amor pasional no solo es para los amantes. El amor intenso de los padres por sus hijos, y viceversa, se considera como una forma de amor pasional. Los lactantes de un año de edad, al igual que los amantes adultos jóvenes, reciben de manera grata el afecto físico, sienten angustia al estar separados, expresan un afecto intenso al volver a reunirse y obtienen un intenso placer de la atención y aprobación del otro significante (Shaver y Mikulincer, 2011). Por supuesto, los lactantes varían en cuanto a la forma en que se relacionan con sus cuidadores, como también sucede en el caso de los adultos y de la forma en que se relacionan con sus parejas románticas. Esto hizo que Phillip Shaver y Cindy Hazan (1993, 1994) se preguntaran si los estilos de apego infantil pueden extenderse a las relaciones adultas.

Estilos de apego

apego seguro
Apego basado en la confianza y marcado por la intimidad.

Alrededor de 7 de cada 10 lactantes, y casi la misma cantidad de adultos, exhiben un **apego seguro** (Baldwin et al., 1996; Jones y Cunningham, 1996; Mickelson et al., 1997). Cuando se coloca a niños en una situación extraña (por lo general un cuarto de juegos de laboratorio), juegan de forma cómoda en presencia de sus madres y felizmente exploran el ambiente desconocido. Si la madre se marcha, se angustian; cuando regresa, corren a ella, la abrazan y después se relajan y vuelven a sus exploraciones y juegos (Ainsworth, 1973, 1979). Este estilo confiado de apego, creen muchos investigadores, forma un mecanismo para la intimidad: una huella para nuestras relaciones íntimas en la adultez, en la que la confianza subyacente sostiene las relaciones en tiempos de conflicto (Miller y Rempel, 2004; Oriña et al., 2011; Salvatore et al., 2011). Para los adultos con un apego seguro, es fácil acercarse a los demás y no les preocupa volverse demasiado dependientes ni que se les abandone. En su papel de amantes, disfrutan de su sexualidad dentro del contexto de una relación segura y comprometida. Y sus relaciones tienden a ser satisfactorias y duraderas (Feeney, 1996; Feeney y Noller, 1990; Simpson et al., 1992).

apego evitativo
Apego marcado por la incomodidad o la resistencia a acercarse a los demás. Un estilo de apego inseguro.

Alrededor de 2 de cada 10 lactantes y adultos exhiben un **apego evitativo**, uno de los dos tipos de apego inseguro. Aunque excitados a nivel interno, los lactantes evitativos muestran poca angustia durante la separación y no se aferran físicamente ante la reunión. Al evitar la cercanía, los adultos evitativos tienden a estar menos comprometidos con sus relaciones y tienen mayores probabilidades de finalizarlas. También exhiben mayor temor a participar en relaciones sexuales casuales no comprometidas (Garneau et al., 2013) y tienen mayores probabilidades de serles sexualmente infieles a sus parejas tanto en relaciones heterosexuales (DeWall et al., 2011) como homosexuales (Starks y Parsons, 2014). Los individuos evitativos pueden ser ya sea *temerosos* ("Me incomoda acercarme a otras personas") o *despectivos* ("Me es muy importante sentirme independiente y autosuficiente" [Bartholomew y Horowitz, 1991]). En el decenio de 2010 (a diferencia de la década de 1980), más estudiantes universitarios mostraron un estilo de apego despectivo y menos tenía un estilo de apego seguro. Los investigadores especulan que este cambio podría estar vinculado con la modificación en las estructuras familiares y la creciente importancia dada al individualismo (Konrath et al., 2014).

Cerca de 1 de cada 10 lactantes y adultos exhiben la ansiedad y ambivalencia que caracterizan al **apego ansioso**, el segundo tipo de apego inseguro. En la situación extraña, los lactantes tienen mayores probabilidades de aferrarse de manera ansiosa a sus madres. Si las madres se marchan, lloran; al regresar, es posible que se comporten de manera indiferente u hostil. Como adultos, estos individuos inseguros son menos confiados, más temerosos de que sus parejas se interesen por alguien más y, por ende, más posesivos y celosos. Pueden terminar la relación con una misma pareja en repetidas ocasiones. Al discutir sobre conflictos, se tornan emotivos y se enojan con frecuencia (Cassidy, 2000; Simpson et al., 1996) y su autoestima fluctúa más con base en la realimentación de los demás, en especial de sus parejas románticas (Hepper y Carnelley, 2012). Su avidez por formar relaciones puede obstaculizar sus esfuerzos porque los demás perciben su ansiedad y las interacciones pueden tornarse incómodas (McClure y Lydon, 2014). Las personas con apego ansioso incluso pueden transferir su estilo ansioso de apego a sus teléfonos inteligentes, lo que hace que dependan más de sus teléfonos y que los revisen con mayor frecuencia; incluso mientras conducen (Bodford et al., 2017).

apego ansioso
Apego marcado por la ansiedad o la ambivalencia. Un estilo de apego inseguro.

Algunos investigadores atribuyen estos diferentes estilos de apego, que se han estudiado en 62 culturas diferentes, a la capacidad de respuesta parental (Schmitt et al., 2004). Cindy Hazan (2004) resume la idea: "las experiencias tempranas de apego forman la base de *mecanismos internos* o de formas características de pensar acerca de las relaciones". Así, las madres sensibles y con mayor capacidad de respuesta, madres que engendran una sensación de confianza básica en el mundo, por lo regular tienen hijos con un apego seguro, observaron Mary Ainsworth (1979) y Erik Erikson (1963). De hecho, un estudio de 100 tríos de abuelas-hijas-nietas israelíes encontró una consistencia intergeneracional en el estilo de apego (Besser y Priel, 2005). Los jóvenes que han experimentado una crianza educada y participativa tienden a tener, a futuro, relaciones cálidas y de apoyo con sus parejas románticas (Conger et al., 2000). Sin embargo, los adultos jóvenes cuyos padres se divorciaron no difirieron en su estilo de apego de aquellos cuyos padres seguían casados (Washington y Hans, 2013). Es posible que los estilos de apego se basen, en parte, en el temperamento heredado (Gillath et al., 2008; Harris, 1998). El gen que predispone a los campañoles de la pradera a acurrucarse y a aparearse de por vida (y que tiene el mismo efecto sobre los ratones de laboratorio genéticamente modificados para tener ese mismo gen) tiene diversas formas humanas. Este gen se encuentra de manera más común en los hombres casados y fieles, mientras que existe un gen diferente en los hombres solteros o infieles (Caldwell et al., 2008; Walum et al., 2008).

Los efectos del apego pueden durar la vida entera: en un estudio longitudinal de 22 años de duración, los lactantes con apego inseguro hacia sus madres crecieron hasta convertirse en adultos a los que se les dificultaba sentir más emociones positivas (Moutsiana et al., 2014). Los estilos de apego también tienen impactos evidentes en las relaciones adultas: en un análisis de 188 estudios, las personas con un apego evitativo se sentían menos satisfechas y apoyadas dentro de sus relaciones y las personas con apego ansioso experimentaron mayores conflictos dentro de su relación (Li y Chan, 2012).

equidad
Condición en la que los resultados que las personas reciben de una relación son proporcionales a lo que contribuyen a ella. Nota: los resultados equitativos no siempre tienen que ser equivalentes.

¿Qué combinaciones en los estilos de apego son las mejores, y las peores? Dos miembros con apego seguro dentro de una relación parecería ser el ideal y las parejas en las que al menos uno de los miembros tiene un apego inseguro parecen tener mayores problemas. Las parejas más conflictivas parecen ser una mujer ansiosa con un hombre evitativo: estas parejas mostraron las mayores concentraciones de hormonas de estrés cuando anticiparon tener que hablar de algún conflicto y se les dificultaba más dar y buscar atención por parte de sus parejas (Beck et al., 2013). Tiene sentido: la mujer ansiosa, insegura del amor de su pareja, busca la cercanía, mientras que el hombre evitativo, incómodo con dicha cercanía, se distancia. Para bien o para mal, los estilos de apego iniciales sí parecen establecer las bases para nuestras relaciones futuras.

Las parejas formadas por mujeres con apego ansioso y hombres con apego evitativo experimentan una mayor tensión.
©wavebreakmedia/Shutterstock

EQUIDAD

Si cada miembro de una pareja busca satisfacer sus deseos sin ton ni son, la relación no prosperará. Por ello nuestra sociedad nos enseña a intercambiar recompensas a través del principio de **equidad** de la atracción: lo que usted y su pareja obtienen de su relación debe ser proporcional a lo que cada quien invierte en ella (Hatfield et al., 1978). Si

"El amor es la forma más sutil de interés propio".

—Holbrook Johnson

las dos personas han de recibir desenlaces equitativos, deben contribuir de igual manera; de lo contrario, uno u otro sentirá que hay injusticia. Si ambos sienten que los resultados corresponden a los activos y esfuerzos con los que cada uno contribuye, ambos percibirán que existe equidad.

Los desconocidos y las amistades casuales mantienen la equidad mediante el intercambio de beneficios: tú me prestas tus apuntes de clase y, más adelante, yo te prestaré los míos. Yo te invito a mi fiesta; tú me invitas a la tuya. Las personas que se encuentran en relaciones duraderas, incluyendo compañeros de cuarto y aquellos que están enamorados, no se sienten obligados a intercambiar beneficios similares; apuntes por apuntes, fiestas por fiestas (Berg, 1984). Se sienten en mayor libertad de mantener la equidad mediante el intercambio de una variedad de beneficios ("¿Cuando vengas a traer tus apuntes, por qué no te quedas a cenar?") y, al paso del tiempo, dejan de contabilizar quién le debe qué a quién. La sensación de equidad subyace a casi la totalidad de las cualidades que un grupo de estudiantes universitarios identificó como "motivo de ruptura" en la consideración de parejas a largo plazo. La mayoría indicó que no considerarían quedarse con alguien que fuera desatento o poco afectuoso, desdeñoso de sus intereses o que ya estuviera en otra relación o estuviera casado (Jonason et al., 2015).

Equidad a largo plazo

¿Parece grotesco suponer que la amistad y el amor se basan en un intercambio equitativo de recompensas? ¿No hay ocasiones en las que damos en respuesta de las necesidades de nuestro amado sin esperar nada a cambio? De hecho, aquellos involucrados en una relación equitativa a largo plazo no se preocupan en lo absoluto de la equidad a corto plazo. Margaret Clark y Judson Mills (1979, 1993; Clark, 1984, 1986) argumentan que las personas incluso se esmeran por *evitar* el cálculo de cualquier intercambio de beneficios. Cuando ayudamos a un buen amigo, no queremos que nos devuelva el favor al instante. Si alguien nos invita a cenar, esperamos antes de corresponderles a fin de evitar que la persona atribuya el motivo de nuestra invitación correspondiente como el mero pago de una deuda social. Los amigos verdaderos están al tanto de las necesidades mutuas incluso cuando resulta imposible corresponder (Clark et al., 1986, 1989). De manera similar, las parejas felizmente casadas tienden a no llevar una cuenta de cuánto están dando y cuánto están recibiendo (Buunk y Van Yperen, 1991; Clark et al., 2010). A medida que las personas observan que sus parejas son desprendidas, crece su sentido de confianza en ellas (Wieselquist et al., 1999).

En experimentos con estudiantes de la Universidad de Maryland, Clark y Mills confirmaron que no ser calculador es una señal de amistad. Los intercambios equitativos aumentaban el agrado de las personas cuando la relación era relativamente formal, pero disminuían el agrado cuando ambas partes buscaban formar una amistad. Clark y Mills suponen que los contratos de matrimonio, en los que cada miembro de la pareja especifica lo que se espera de cada quien, tendrían mayores probabilidades de minar, más que enriquecer, el amor. Solo cuando la conducta positiva del otro es voluntaria es que podemos atribuirla al amor.

Ya antes habíamos señalado que existía un principio de equidad en el fenómeno de la formación de parejas: las personas suelen llegar a sus relaciones románticas con activos equivalentes. A menudo, coinciden en cuanto a atractivo, estatus y así en forma sucesiva. Si no coinciden en un área, como en el caso del atractivo, suelen no coincidir en alguna otra área, como en el estatus. Pero en cuanto al total de sus activos, existe una coincidencia equitativa. Nadie dice, y mucho menos piensa: "te cambio mi atractivo físico por tus enormes ingresos". Pero, en especial en las relaciones duraderas, la equidad es la regla.

Las parejas que comparten las labores del hogar de manera equitativa disfrutan de una mejor relación. Si una persona siente que está haciendo más del trabajo pesado, pueden suscitarse dificultades.

©IPGGutenbergUKLtd/Getty Images

Equidad percibida y satisfacción

En una encuesta, "compartir tareas del hogar" se encontró en el tercer lugar (después de "fidelidad" y "relaciones sexuales felices") entre las nueve cosas que las personas consideraban como señales de un matrimonio exitoso (Pew Research Center, 2007b). De hecho, aquellas personas dentro de una relación equitativa suelen sentirse satisfechos (Fletcher et al., 1987; Hatfield et al., 1985; Van Yperen y Buunk, 1990). Aquellos que perciben que su relación es inequitativa sienten incomodidad: el que lleva la mejor parte puede sentirse culpable y el que siente que no está obteniendo lo que merece puede sentir una

poderosa irritación (dado el sesgo en beneficio propio, la mayoría de los maridos perciben que contribuyen más a las tareas del hogar de lo que sus esposas piensan, la persona más beneficiada es menos sensible a la inequidad).

Robert Schafer y Patricia Keith (1980) encuestaron a varios cientos de parejas casadas de todas las edades y señalaron aquellas que sentían que sus matrimonios eran algo injustos porque uno de los cónyuges contribuía demasiado poco a las labores de cocina, cuidado de la casa, crianza infantil o generación de ingresos. Las inequidades tenían consecuencias: aquellos que percibían inequidad también sentían mayor angustia y depresión. Durante los años de crianza infantil, cuando las esposas a menudo se sienten carentes de beneficios y los maridos excedidos en cuanto a beneficios, la satisfacción marital tiende a bajar. Durante la luna de miel y cuando los hijos se independizan es más probable que los cónyuges perciban equidad y sientan satisfacción con sus matrimonios (Feeney et al., 1994). Cuando ambas partes dan y reciben en forma libre y toman decisiones conjuntas, las probabilidades de un amor sostenido y satisfactorio son excelentes.

La inequidad marital percibida dispara las dificultades maritales, coincidieron Nancy Grote y Margaret Clark (2001) a partir de su seguimiento de parejas casadas a lo largo del tiempo. Pero también informaron que el tránsito entre inequidad y dificultades es de doble sentido: los problemas maritales exacerban la percepción de inequidad (**figura 11.6**).

FIGURA 11.6
Las inequidades percibidas disparan las dificultades maritales, que fomentan la percepción de inequidades.
Fuente: Adaptado de Grote y Clark, 2001.

CONFIDENCIA

Las relaciones sociables y profundas son íntimas. Permiten que se nos conozca de la manera en que somos en realidad y que nos sintamos aceptados. Descubrimos esta deliciosa experiencia dentro de un buen matrimonio o de una amistad cercana: una relación en la que la confianza desplaza la ansiedad y donde estamos libres de abrirnos sin temor a perder el afecto del otro (Holmes y Rempel, 1989). Tales relaciones se caracterizan por la **confidencia** (Derlega et al., 1993). A medida que una relación crece, los miembros de la pareja revelan más y más de sí mismos al otro; esta sinceridad permite que el conocimiento que tienen uno de otro penetre a niveles más profundos. En las relaciones que florecen, gran parte de esta confidencia comparte éxitos y triunfos y el deleite mutuo relacionado con los sucesos felices (Gable et al., 2006). Cuando un amigo se regocija con nosotros a causa de alguna buena noticia, no solo aumenta nuestra felicidad en cuanto al suceso positivo, sino que también nos ayuda a sentirnos mejor acerca de la amistad (Reis et al., 2010).

Confidencia
Revelar aspectos íntimos de uno mismo a los demás.

La mayoría de las personas disfruta de la intimidad. Es gratificante que nos elija alguien más para confesarnos algo íntimo. Sentimos agrado cuando una persona por lo común reservada nos dice que algo en nosotros lo "hizo sentir que podía abrirse" y comparte algún tipo de información confidencial (Archer y Cook, 1986; D. Taylor et al., 1981).

reciprocidad de confidencia
La tendencia a que la confidencia de una persona coincida con aquella de su interlocutor.

No solo nos agradan aquellos que nos confiesan información, también tendemos a compartir información con aquellos que nos agradan. Y después de compartir con ellos, nos agradan todavía más (Collins y Miller, 1994). Una manera de sentir intimidad y amor es hablar acerca de las propias emociones y puntos de vista. Las parejas que discutieron preguntas tales como "¿Si te dieran a elegir entre cualquier persona del mundo, a quién te gustaría invitar a cenar?" y "¿Cuál es el logro más importante de toda tu vida?" sintieron un mayor amor pasional entre sí más adelante (Welker et al., 2014). Al carecer de oportunidades para la confidencia o al ocultar información preocupante, experimentamos el dolor de la soledad (Berg y Peplau, 1982; Solano et al., 1982; Uysal et al., 2010).

La confidencia es una forma eficaz de construir la intimidad.
©Dmytro Zinkevych/Shutterstock

Algunos experimentos han sondeado tanto las *causas* como los *efectos* de la confidencia. ¿Cuándo es que las personas están más dispuestas a proporcionar información íntima relacionada con "lo que te gusta y disgusta de ti mismo" o "aquello de lo que te sientes más avergonzado u orgulloso"? ¿Y qué efectos tienen dichas revelaciones sobre aquellos que las revelan y las reciben?

El hallazgo más confiable es el del efecto de **reciprocidad de confidencia**: la confidencia genera confidencia (Berg, 1987; Miller, 1990;

Reis y Shaver, 1988). Revelamos más a aquellos que se han mostrado abiertos con nosotros. Pero la confidencia rara vez es instantánea (de serlo, la persona podría parecer indiscreta e inestable). La intimidad apropiada progresa como si fuera un baile: yo revelo un poco, tú revelas un poco: pero no demasiado. Después tú revelas más y yo hago lo mismo.

Para aquellas personas que están enamoradas, la profundización en la intimidad resulta emocionante. "La creciente intimidad crea una fuerte sensación de pasión", señalan Roy Baumeister y Ellen Bratslavsky (1999). Esto ayuda a explicar las razones por las que aquellos que vuelven a casarse después de la pérdida de su cónyuge tienden a iniciar el nuevo matrimonio con un aumento en la frecuencia de relaciones sexuales y la razón por la que la pasión a menudo se acrecienta al máximo cuando la intimidad se restaura después de un conflicto importante.

"¿Qué es un amigo? Se los diré. Es una persona con la que nos atrevemos a ser nosotros mismos".

—Frank Crane, escritor, "A Definition of Friendship", *Four Minute Essays* (*Ensayos de cuatro minutos*), 1919

Algunas personas, mujeres en su mayoría, son "abridoras" en especial habilidosas: obtienen con facilidad información íntima de otros, incluso de aquellos que por lo regular no revelan gran cosa de sí mismos (Pegalis et al., 1994; Shaffer et al., 1996). Tales personas tienden a ser buenas escuchas. Durante la conversación, mantienen expresiones faciales de atención y dan la apariencia de estarse pasando un buen rato (Purvis et al., 1984). También es posible que expresen interés al pronunciar frases de apoyo mientras habla su interlocutor. Son lo que el psicólogo Carl Rogers (1980) llamaba escuchas "que promueven el crecimiento"; personas que son sinceras al revelar sus propios sentimientos, que aceptan los de los demás y que son escuchas empáticas, sensibles y reflexivas.

¿Cuáles son los efectos de este tipo de confidencia? El psicólogo humanista Sidney Jourard (1964) argumentaba que quitarnos nuestras máscaras y dejarnos percibir como somos nutre el amor. Asumía que resultaba gratificante abrirse ante otro para después recibir su confianza, lo que significaba ser franco con nosotros. Las personas se sienten mejor en los días en que han revelado algo significativo de sí mismas, como el ser lesbianas o gays, y se sienten peor cuando ocultan su identidad (Beals et al., 2009). Aquellas personas cuyos días incluyen conversaciones más profundas o sustanciales, más que solo plática insustancial, tienden a ser más felices. Justo eso es lo que encontraron Mathias Mehl y sus colaboradores (2010) después de equipar a 70 estudiantes universitarios con dispositivos de grabación que tomaban breves fragmentos conversacionales de 30 segundos cinco veces durante cada hora por un periodo de cuatro días.

Tener una amistad íntima con quien hablar sobre los peligros para nuestra autoimagen parece ayudarnos a sobrevivir el estrés (Swann y Predmore, 1985). Una verdadera amistad es una relación especial que nos ayuda a lidiar con nuestras otras relaciones. "Cuando estoy con mi amigo", reflexionaba el dramaturgo romano Séneca, "pienso que me encuentro solo y en la misma libertad de decir cualquier cosa que de pensarla". En el mejor de los casos, el matrimonio es una amistad de este tipo, confirmada por el compromiso.

La confidencia también representa uno de los deleites del amor sociable. Las parejas que salen o están casadas y que tienen más confidencia tienden a disfrutar de las relaciones más satisfactorias y duraderas (Berg y McQuinn, 1986; Hendrick et al., 1988; Sprecher, 1987). Por ejemplo, en un estudio de parejas recién casadas enamoradas por igual, aquellas que se conocían más profunda y precisamente eran las que con mayor probabilidad disfrutaron de un amor perdurable (Neff y Karney, 2005). Las parejas casadas que coincidían con mayor frecuencia con la frase "trato de compartir mis pensamientos y sentimientos más íntimos con mi pareja" tendían a tener los matrimonios más satisfactorios (Sanderson y Cantor, 2001). Para las personas muy reticentes, el matrimonio puede no ser tan gratificante como para aquellos más dispuestos a compartir sus sentimientos (Baker y McNulty, 2010). Cuando suceden las inevitables desavenencias, las parejas que creen que el otro comprende su punto de vista, aunque no esté de acuerdo él, son las que mayor satisfacción informan dentro de su relación (Gordon y Chen, 2016).

En una encuesta de matrimonios estadounidenses de Gallup, 75% de aquellos que rezaban con sus cónyuges (y 57% de aquellos que no lo hacían) informaron que sus matrimonios eran muy felices. Así también, aquellos que rezan juntos dicen con mayor frecuencia que hablan sobre su matrimonio con su pareja, que la respetan y que la consideran como amante hábil (Greeley, 1991). Las parejas que rezaban juntas sentían una mayor unidad y confianza con su pareja (Lambert et al., 2012). Entre creyentes, las oraciones que se comparten de corazón son una confidencia sensible, íntima y conmovedora (Beach et al., 2011).

Algunos investigadores también han encontrado que las mujeres están más dispuestas a comunicar sus temores y debilidades que los hombres (Cunningham, 1981). Como lo dijo la escritora feminista Kate Millett (1975): "las mujeres expresan, los hombres reprimen". No es de sorprender

que tanto hombres como mujeres informan que las amistades con las mujeres tienden a ser más íntimas, disfrutables, educativas y que, en las redes sociales, tanto hombres como mujeres parecen preferir la amistad de las mujeres (Thelwall, 2008).

No obstante, los hombres de hoy, en especial aquellos con actitudes igualitarias en cuanto a roles de género, parecen cada vez más dispuestos a revelar sus sentimientos íntimos y a disfrutar de las satisfacciones que acompañan las relaciones de confianza y confidencia mutua. Y eso, indican Arthur Aron y Elaine Aron (1994), es la esencia misma del amor: dos seres, cada uno de los cuales conserva su individualidad, pero que comparten actividades, se deleitan en sus semejanzas y se apoyan entre sí. El resultado para muchas parejas románticas es la "integración yo-otro": un entrelazamiento de autoconceptos (Slotter y Gardner, 2009; **figura 11.7**).

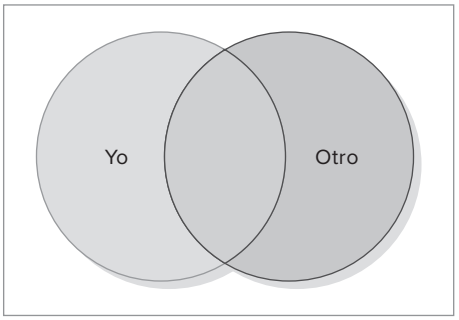


FIGURA 11.7
Amor: un traslape de yos: tú te vuelves parte de mí, yo me vuelvo parte de ti.
Fuente: Weber y Harvey, 1994.

Si ese es el caso, ¿es posible cultivar una cercanía a través de las experiencias que se asemejan a la creciente cercanía de una amistad floreciente? Los Aron y sus colaboradores (1997) se lo preguntaron. Juntaron en parejas a estudiantes voluntarios que no se conocían para que interactuaran durante 45 minutos. Durante los primeros 15 minutos, compartieron pensamientos relacionados con una lista de temas de baja intimidad como "¿Cuándo fue la última vez que cantaste a solas?". Los siguientes 15 minutos pasaron a temas más íntimos como "¿Cuál es tu recuerdo más preciado?". Los últimos 15 minutos provocaron todavía más confidencia, con preguntas tales como "Completa la siguiente oración: 'Me gustaría que tuviera a alguien con quien pudiera compartir...'" y "¿Cuál fue la última vez que lloraste frente a otra persona? ¿A solas?".

En comparación con participantes de control, que pasaron los 45 minutos hablando acerca de cosas insustanciales ("¿Qué te pareció tu preparatoria?" "¿Cuál es tu fiesta favorita?"), aquellos que experimentaron la confidencia creciente terminaron su periodo sintiéndose cercanos de manera sorprendente a sus interlocutores; de hecho "la relación más cercana de toda la vida de 30% de estudiantes semejantes", informaron los investigadores. Estas relaciones de seguro aún no estaban marcadas por la lealtad y compromiso de una verdadera amistad. No obstante, este experimento proporciona una demostración sorprendente de la facilidad con la que puede desarrollarse una sensación de cercanía con alguien más, dada la confidencia abierta; algo que también puede ocurrir a través de la internet. (Vea "Enfoque: ¿La internet crea intimidad o aislamiento?").

A fin de promover la confidencia en relaciones de citas, Richard Slatcher y James Pennebaker (2006) invitaron a uno de los miembros de 86 parejas a pasar 20 minutos al día, durante tres días, escribiendo sus pensamientos y sentimientos más profundos acerca de la relación (o, en la condición de control, escribiendo acerca de sus actividades diarias). Aquellos que escribieron acerca de sus sentimientos expresaron mayor emoción hacia sus parejas en los días que siguieron. Tres meses después, 77% seguía saliendo a citas (en comparación con 52% del grupo control).

Enfoque

¿La internet crea intimidad o asilamiento?

Como lector del presente libro de texto universitario, es casi seguro que usted sea uno de los 3.7 mil millones de usuarios de la internet (según datos de 2017). Al teléfono le tomó siete décadas pasar de 1% a 75% de penetración en hogares estadounidenses. El acceso a la internet ha alcanzado una penetración de 75% en alrededor de siete años (Putnam, 2000). Disfruta de las redes sociales, de navegar en la red, de enviar mensajes de texto y, tal vez, de participar en listas de discusión o grupos de *chat*.

¿Qué cree usted: la comunicación mediada por computadora con comunidades virtuales es un sustituto deficiente para las relaciones interpersonales? ¿O es una forma maravillosa de ampliar nuestros círculos sociales? ¿La internet hace más por conectar a la gente o les quita tiempo a las relaciones cara a cara? Considere el debate.

Punto: la internet, al igual que la imprenta y que el teléfono, expande la comunicación y esta habilita las relaciones. La imprenta redujo la narración de cuentos cara a cara y el teléfono redujo las conversaciones cara a cara, pero ambas nos permiten comunicarnos con las personas sin limitaciones de tiempo y distancia. Las relaciones sociales implican la creación de redes y la internet es la máxima red. Permite la conexión eficiente con la familia, los amigos y las personas con gustos similares; incluyendo a las que de otro modo jamás se hubieran encontrado, sean pacientes de esclerosis múltiple, coleccionistas de San Nicolás o fanáticos de *Viaje a las estrellas*.

Contrapunto: Todo eso es cierto, pero la comunicación por computadora está empobrecida. Carece de los matices del contacto visual acompañado de claves no verbales y del contacto físico. Fuera de unos cuántos emoticones, los mensajes electrónicos carecen de gestos, expresiones faciales y tonos de voz. No es de sorprender que sea tan fácil malinterpretarlos. La ausencia de las emociones expresivas contribuye a la ambigüedad de emociones.

Por ejemplo, los matices vocales pueden señalar si una afirmación se dice en serio, en broma o si es un sarcasmo. Es frecuente que los comunicadores piensen que su intención de "es broma" sea igual de transparente tanto a través de un correo electrónico como de forma hablada. Sin embargo, cuando se envía ese correo electrónico, es frecuente que la intención no sea tan clara (Kruger et al., 2006). Así también, gracias al anonimato de las discusiones virtuales, hay veces que el resultado es una guerra de provocaciones hostil.

Una encuesta con 4 000 usuarios de la internet de finales del decenio de 1990 encontró que 25% informó que su tiempo en línea había reducido el tiempo que pasaban en persona y por teléfono con familiares y amigos (Nie y Erbring, 2000): una cifra que podría considerarse como más elevada en la actualidad. La internet, al igual que la televisión, les quita tiempo a las relaciones verdaderas. Las discusiones por internet no son lo mismo que las conversaciones íntimas entre personas. El cibersexo es intimidad artificial. El entretenimiento individualizado basado en la internet desplaza las reuniones para participar en juegos. La artificialidad y el asilamiento son lamentables porque nuestra historia ancestral nos predispone a necesitar relaciones en tiempo real, repletas de gestos y sonrisas.

Punto: pero la mayoría de las personas no percibe que la internet sea aislante. Dos tercios de los usuarios de la internet en el 2014 indicaron que las comunicaciones en línea habían fortalecido sus relaciones con amigos y familiares (Pew Research Center, 2014). Quizá el uso de la internet desplace la intimidad en persona, pero también reduce el uso de la televisión. Si las compras cibernéticas con un solo clic son malas para la librería local, dejan más tiempo para las relaciones. El trabajo a distancia hace lo mismo y les permite a las personas trabajar desde casa y, por ello, pasar más tiempo con sus familias.

¿Y por qué decir que las relaciones formadas por computadora no son reales? Dentro de la internet, el aspecto físico y la localización dejan de importar. La apariencia, la edad y la raza no impiden que las personas se relacionen con uno con base en lo que es más importante en forma genuina: los intereses y valores compartidos. En las redes de trabajo y profesionales, las conversaciones mediadas por computadora están menos influidas por el estatus, por lo que son más espontáneas y equitativamente participativas. La comunicación por computadora fomenta más la confidencia espontánea que las conversaciones cara a cara (Joinson, 2001) y estas revelaciones se perciben como más íntimas (Jiang et al., 2013).

La mayoría de los coqueteos por internet no llegan a nada. "Todo el mundo a quien conozco y que ha intentado las citas por internet [...] concuerda que es detestable pasar (¿desperdiciar?) horas platicando con alguien para después conocerlo y darte cuenta de que es un bicho raro", observó una mujer de Toronto (Dicum, 2003). Esta experiencia no sorprendería a Eli Finkel y a sus colegas psicólogos sociales (2012). Casi un siglo de investigaciones en cuanto a la compatibilidad romántica los ha llevado a concluir que es muy poco probable que las fórmulas de los sitios para citas en línea hagan lo que afirman poder hacer. Los mejores factores de predicción del éxito de las relaciones, como los patrones de comunicación y otros indicadores de compatibilidad, surgen solo *después* de que las personas se ven y llegan a conocerse.

No obstante, las parejas casadas que se conocieron en línea tuvieron menores probabilidades de romper y mayores probabilidades de sentirse satisfechos con sus matrimonios (Cacioppo et al., 2013). Las amistades y relaciones románticas que se forman en línea tienen mayores probabilidades que las relaciones en vivo de durar al menos dos años (Bargh et al., 2002; Bargh y McKenna, 2004; McKenna et al., 2002; McKenna y Bargh, 1998, 2000). En un experimento, las personas revelaban más, con mayor honestidad y menos poses, cuando conocían a otras personas en línea. También sentían un mayor agrado por las personas con las que conversaban en línea por 20 minutos que con aquellos con los que se reunían por la misma cantidad de tiempo cara a cara. Esto resultó ser cierto incluso cuando, sin saberlo, se reunían con la misma persona en ambos contextos. De manera similar, las personas encuestadas sienten que las amistades por internet son tan verdaderas, importantes y cercanas como sus relaciones fuera de línea.

Contrapunto: la internet permite que las personas sean quienes en realidad son, pero también que finjan que son quienes no son en realidad, a veces en aras de la explotación sexual. Los medios sexuales de la internet, al igual que las demás formas de pornografía, pueden distorsionar las percepciones de las personas en cuanto a la realidad sexual, disminuir el atractivo de su pareja de la vida real, preparar a los hombres para percibir a las mujeres en términos sexuales, hacer que la coerción sexual parezca más trivial, ofrecer guiones mentales de cómo actuar en relaciones sexuales, aumentar la excitación y conducir a la desinhibición e imitación de conductas sexuales carentes de amor.

Por último, sugiere Robert Putnam (2000), los beneficios de la comunicación mediada por computadoras se ven limitados por la "ciberbalcanización de internet" (o formación de tribus digitales). La internet podrá permitir que las personas con problemas auditivos se comuniquen entre sí, pero también permite que los supremacistas blancos se encuentren y, por ende, contribuye a la polarización social y política.

A medida que continúa el debate acerca de las consecuencias sociales de la internet, "la pregunta más importante", afirma Putnam (p. 180) será" no lo que la internet nos hará a nosotros, sino lo que nosotros haremos con ella... ¿Cómo podemos aprovechar esta prometedora tecnología para engrosar los vínculos comunitarios? ¿Cómo podemos desarrollar la tecnología para enriquecer la presencia social, la realimentación social y las señales sociales? ¿Cómo podemos utilizar la perspectiva de una comunicación rápida y económica para enriquecer el ahora desgastado tejido de nuestras comunidades verdaderas?".

"Por internet, nadie sabe que eres un perro".

La internet permite que las personas finjan que son lo que en realidad no son.

©Peter Steiner. All rights reserved. Used with permission.

EN RESUMEN: ¿Qué permite las relaciones cercanas?

- Desde la lactancia y hasta la ancianidad, el apego es esencial para la vida humana. El *apego seguro*, como aquel dentro de un matrimonio perdurable, señala una vida feliz.
- El amor sociable o de compañía tiene más probabilidades de perdurar si ambos miembros de la pareja sienten que la relación es *equitativa*, donde ambos se perciben dentro de la relación como receptores en proporción a lo que contribuyen a ella.
- Una de las recompensas del amor sociable es la oportunidad para la confidencia, un estado que se logra de manera gradual a medida que cada miembro de la pareja corresponde a la creciente abertura del otro (*reciprocidad de confidencia*).

¿CÓMO SE TERMINAN LAS RELACIONES?

Resuma los factores que predicen la disolución marital y describa el proceso de desapego.

En 1971, un hombre le escribió un poema de amor a su prometida, lo metió dentro de una botella y la tiró en el Pacífico, entre Seattle y Hawái. Una década más tarde, un corredor la encontró sobre una playa en Guam:

> Si para cuando esta carta te llegue estoy viejo y encorvado, sabré que nuestro amor es tan fresco como el día de hoy.

"Cuando era un hombre joven, prometí no casarme hasta que encontrara a la mujer ideal. Al final la encontré pero, por desgracia, ella estaba esperando a su hombre ideal".

—Robert Schuman, estadista francés (1886-1963)

> Quizá lleve una semana o varios años que esta nota te encuentre... Si jamás llega a ti, seguirá escrito en mi corazón que haré hasta lo imposible por probarte mi amor. Tu esposo, Bob.

Fue posible comunicarse por teléfono con la mujer a la que se le había escrito la nota. Cuando se le leyó, irrumpió en carcajadas. Y mientras más oía, más fuerte se reía. "Estamos divorciados", dijo al fin, antes de colgar de forma estrepitosa.

Y así sucede con frecuencia. Al comparar la propia relación insatisfactoria con el apoyo y afecto que las personas imaginan que pueden encontrar en otro sitio, hay muchas relaciones que terminan. Cada año, Canadá y Estados Unidos registran un divorcio por cada dos matrimonios. A medida que se debilitaron las limitaciones económicas y sociales del divorcio durante los decenios de 1960 y 1970, las tasas de divorcio aumentaron. "Estamos viviendo más tiempo, pero amando más de manera más breve", dijo Os Guiness (1993, p. 309).

DIVORCIO

A fin de predecir las tasas de divorcio de una cultura, sirve saber sus valores (Triandis, 1994). Las culturas individualistas (donde el amor es un sentimiento y las personas se preguntan "¿qué es lo que dice mi corazón?" tienen más divorcios que las culturas comunitarias (donde el matrimonio implica una obligación y las personas se preguntan "¿qué dirán otras personas?"). Los individualistas se casan "hasta que la falta de amor los separe" y los colectivistas más con mayor frecuencia se casan de por vida. Los individualistas esperan más pasión y realización personal dentro del matrimonio, lo que coloca mayor presión sobre él (Dion y Dion, 1993). En un par de encuestas, "mantener el romance con vida" se calificó con la misma importancia para un buen matrimonio por 78% de mujeres estadounidenses y 29% de mujeres japonesas (American Enterprise, 1992). Eli Finkel y colaboradores (2014, 2017) argumentan que el matrimonio se ha vuelto más desafiante en los tiempos individualistas actuales a medida que las parejas esperan obtener una mayor satisfacción de su matrimonio, pero invierten menos recursos en él; una ecuación potencialmente imposible.

No obstante, incluso en la sociedad occidental, aquellos que entran en una relación con una orientación de largo plazo y con la intención de persistir, sí experimentan relaciones más sanas, menos turbulentas y más duraderas (Arriaga, 2001; Arriaga y Agnew, 2001). Las relaciones duraderas están basadas en el amor y la satisfacción perdurables, pero también en el temor al costo de la terminación, un sentido de obligación moral y la inatención a posibles parejas alternativas (Adams y Jones, 1997; Maner et al., 2009; Miller, 1997). En el caso de aquellos decididos a que su relación perdure, por lo general sucede.

Aquellos cuyo compromiso con su unión sobrevive al deseo que le dio vida sobrellevarán momentos de conflicto e infelicidad. Una encuesta nacional encontró que 86% de aquellos que estaban infelizmente casados, pero que se aferraron a sus matrimonios se sentían, al volver a entrevistarlos cinco años después, "muy" o "bastante" felices con sus matrimonios (Popenoe, 2002). En contraste, las personas narcisistas empiezan relaciones con un menor compromiso y menos probabilidades de éxito relacional a largo plazo (Campbell y Foster, 2002).

El riesgo de divorcio también depende de quién se casa con quién (Fergusson et al., 1984; Myers, 2000a; Tzeng, 1992). Por lo general, las personas permanecen casadas si

- se casan después de los 20 años de edad,
- ambos crecen dentro de hogares estables biparentales,
- salen juntos por mucho tiempo antes de casarse,
- tienen una educación buena y similar,
- disfrutan de un ingreso estable proveniente de un buen trabajo,
- viven en un pueblo pequeño o en una granja,
- no cohabitan y no se embarazan antes del matrimonio,
- tienen compromisos religiosos,
- son de edad, filiación religiosa y educación semejantes.

"En muchos sentidos, el amor pasional es un estado alterado de la conciencia... En la actualidad, en muchos estados de la nación, existen leyes que indican que una persona no puede encontrarse en un estado de intoxicación al casarse. Pero el amor pasional es una especie de intoxicación".

—Roy Baumeister, *Meanings of Life,* 1991

Ninguno de estos factores de predicción, en sí mismo, es esencial para un matrimonio estable. Además, son correlatos de matrimonios duraderos, no necesariamente sus causas. Pero si ninguno de estos factores es cierto para alguna persona, el rompimiento del matrimonio es cosa casi segura. Si todos son ciertos, es probable que permanezcan juntos hasta su muerte. Es posible que los ingleses hayan estado en lo correcto cuando, hace varios siglos, presumían que la intoxicación temporal del amor pasional era una base insustancial sobre la cual tomar decisiones matrimoniales

permanentes. Era mejor, sentían, elegir a la pareja con base en una amistad estable y antecedentes, intereses, hábitos y valores compatibles (Stone, 1977).

EL PROCESO DE DESAPEGO

Nuestras relaciones cercanas ayudan a definir la identidad social que moldea nuestro autoconcepto (Slotter et al., 2010). Así, de manera muy parecida en la forma en que experimentamos los mejores momentos de nuestras vidas cuando las relaciones empiezan, al tener un bebé, al hacer nuevos amigos, al enamorarnos, experimentamos algunos de los peores momentos de nuestras vidas cuando las relaciones terminan, ya sea por muerte o por la rotura del vínculo (Jaremka et al., 2011). Cortar vínculos produce una secuencia predecible de preocupación angustiada con la pareja perdida, seguida de una profunda tristeza para culminar, al paso del tiempo, en el inicio del desapego emocional, de un dejar ir lo viejo al tiempo que nos centramos en alguien nuevo y un renovado sentido de la propia identidad (Hazan y Shaver, 1994; Lewandowski y Bizzoco, 2007; Spielmann et al., 2009). Debido a que, con frecuencia, los seres humanos se unen con más de una pareja, debemos haber evolucionado en procesos psicológicos para el rompimiento de relaciones, un mecanismo que los psicólogos evolutivos denominaron "módulo de rechazo de la pareja" (Boutwell et al., 2015). No obstante, las relaciones profundas y duraderas rara vez terminan con velocidad; el desapego es un proceso, no un evento aislado.

Entre parejas que están saliendo juntas, mientras más cercana y duradera la relación, y mientras menos las alternativas disponibles, más doloroso será el rompimiento (Simpson, 1987). De manera sorprendente, Roy Baumeister y Sara Wotman (1992) informan que meses o años más tarde, las personas recuerdan más el dolor de haber rechazado el amor de alguien que el dolor de haberse visto rechazados. Esta angustia surge de la culpa de haber lastimado a alguien, y varía desde una perturbación relacionada con la persistencia del amante rechazado hasta la incertidumbre de cómo responder. Entre parejas casadas, el rompimiento tiene costos adicionales: el pasmo de familiares y amigos, la culpa de las promesas rotas, la angustia relacionada con la disminución de ingresos del hogar y, con probabilidad, menos tiempo con los hijos. De todos modos, cada año millones de parejas están dispuestas a pagar estos costos con tal de librarse de lo que perciben como los costos mayores de seguir dentro de una relación dolorosa y con pocas recompensas. Tales costos incluyen, en un estudio de 328 parejas casadas, un aumento de 10 veces los síntomas de depresión cuando el matrimonio está marcado por la discordia más que por la satisfacción (O'Leary et al., 1994). Sin embargo, cuando el matrimonio es "muy feliz" la vida, en general, se percibe con el mismo sentimiento (**figura 11.8**).

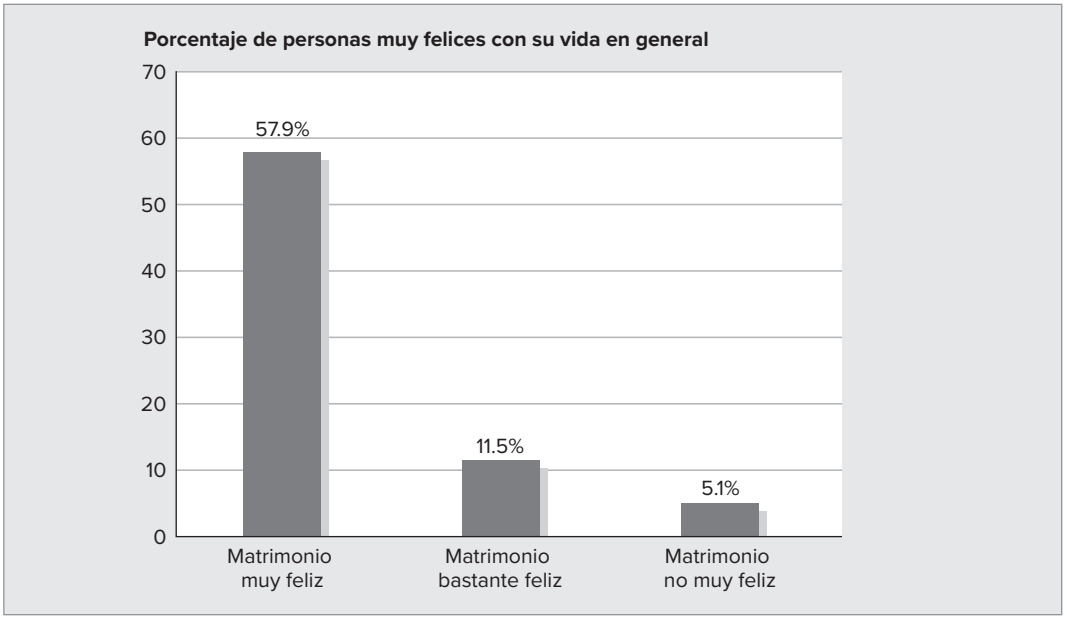


FIGURA 11.8
Encuestas de 33 555 estadounidenses casados, 1972-2016 del *National Opinion Research Center*

Cuando las relaciones sufren, aquellos sin mejores alternativas o que se sienten atados a una relación (por cuestiones de tiempo, energía, amistades mutuas, posesiones y posiblemente hijos) buscarán alternativas a finalizar la relación. Caryl Rusbult y colaboradores (1986, 1987, 1998) exploraron tres formas de lidiar con una relación deteriorada (**cuadro 11.1**). Algunas personas exhiben *lealtad*: esperan que las condiciones mejoren. Los problemas son demasiado dolorosos para confrontarlos y el riesgo de separación es demasiado, de modo que la pareja leal persevera, esperando que regresen los buenos tiempos. Otros (en especial los hombres) exhiben *negligencia*: ignoran a la pareja y permiten que la relación se deteriore. Al ignorar las insatisfacciones dolorosas, se presenta una desvinculación insidiosa a medida que los miembros de la pareja hablan menos y empiezan a redefinir sus vidas el uno sin el otro. Otros más *expresan* sus preocupaciones y toman medidas activas para mejorar la relación mediante la conversación de los problemas, al buscar consejo y haciendo intentos por cambiar.

Cuadro 11.1 Respuestas al deterioro de la relación

	Pasivas	Activas
Constructivas	*Lealtad*: esperar a que mejore	*Expresar*: buscar mejorar la relación
Destructivas	*Negligencia*: ignorar a la pareja	*Finalizar*: terminar la relación

Fuente: Rusbult et al., 1986, 1987, 1998, 2001.

Estudio tras estudio, de hecho, 115 estudios con un total de 45 000 parejas, revelaron que las parejas infelices discrepan, ordenan, critican y denigran. Las parejas felices con mayor frecuencia concuerdan, aprueban, asienten y ríen (Karney y Bradbury, 1995; Noller y Fitzpatrick, 1990). Después de observar a 2 000 parejas, John Gottman (1994, 1998, 2005) observó que los matrimonios sanos no estaban libres de conflicto. Más bien, se caracterizaban por la capacidad de reconciliar diferencias y compensar las críticas con el afecto. En los matrimonios exitosos, las interacciones positivas (sonrisas, contacto físico, cumplidos, risas) superaban las interacciones negativas (sarcasmo, desaprobación, insultos) en una proporción de al menos 5 a 1.

La frialdad, la desilusión y la desesperanza son mejores predictores del divorcio que las discusiones.
©Image Source/Getty Images

No son la angustia y las peleas lo que predice el divorcio, añaden Ted Huston y sus colaboradores (2001), quienes hicieron un seguimiento de parejas recién casadas a lo largo del tiempo (la mayoría de los recién casados experimentan conflictos). Más bien, son la frialdad, la desilusión y la desesperanza las que predicen un oscuro futuro marital. Esto es en particular cierto, indicaron William Swann y asociados (2003, 2006), cuando los hombres inhibidos se unen a mujeres críticas.

Las parejas exitosas han aprendido, en ocasiones con la ayuda de capacitación en comunicación, a limitar las denigraciones ponzoñosas y reacciones viscerales, y a pensar y comportarse de manera más positiva (McNulty, 2010). Discuten de manera limpia (expresando sus sentimientos sin insultar al otro). Despersonalizan el conflicto con comentarios como "Sé que no es tu culpa" (Markman et al., 1988; Notarius y Markman, 1993; Yovetich y Rusbult, 1994). Parejas asignadas de forma aleatoria a pensar de manera menos emocional y más como observadores durante sus peleas se sintieron más satisfechas con sus matrimonios más adelante (Finkel et al., 2013). ¿Las relaciones infelices mejorarían si los miembros de la pareja acordaran *actuar* más como lo hacen las parejas felices, quejándose y criticando menos? ¿Afirmando y coincidiendo más? ¿Destinando momentos para expresar sus preocupaciones y hacerlo de manera calmada? ¿Rezando o jugando juntos a diario? ¿Así como las actitudes siguen a las conductas, los afectos siguen a las acciones?

Joan Kellerman, James Lewis y James Laird (1989) se lo preguntaron. Sabían que entre las parejas enamoradas de forma apasionada el contacto visual suele ser prolongado y mutuo (Rubin, 1973). ¿Las miradas íntimas podrían también despertar sentimientos entre aquellos que no estuvieran enamorados (de manera similar a los 45 minutos de confidencia creciente que evocaron sentimientos de cercanía

entre estudiantes que no se conocían)? Para averiguarlo, les pidieron a pares de hombres y mujeres desconocidos que miraran fijamente por dos minutos ya fuera a las manos del otro o a los ojos del otro. Al separarse, los que se miraron a los ojos informaron sentir atisbos de atracción y de afecto entre sí. Fingir el amor había empezado a despertarlo.

El investigador Robert Sternberg (1988) cree que la pasión del romance inicial puede convertirse en amor perdurable por medio de la representación y expresión del amor:

> "Vivir felices para siempre" no tiene que ser un mito, pero si ha de convertirse en una realidad, la felicidad debe basarse en configuraciones diferentes de sentimientos mutuos en diversos momentos de la relación. Las parejas que esperan que la pasión dure para siempre o que su intimidad permanezca más allá de cualquier cuestionamiento quedarán desilusionadas... Debemos esforzarnos de manera constante para comprender, construir y reconstruir nuestras relaciones amorosas. Las relaciones son construcciones y se deterioran con el paso del tiempo si no se les da mantenimiento y se les mejora. No podemos esperar que una relación solo a cuide de sí misma, de la misma manera en que no lo esperaríamos de una edificación. Más bien, debemos asumir la responsabilidad de hacer que nuestras relaciones sean lo mejores que pueden ser.

EN RESUMEN: ¿Cómo se terminan las relaciones?

- A menudo, el amor no perdura. A medida que aumentaron las tasas de divorcio en el siglo XX, los investigadores discernieron los predictores de la disolución marital. Un factor de predicción es la cultura individualista que valora a los sentimientos por encima del compromiso; otros factores incluyen las edades de los miembros de la pareja, así como su educación, valores y semejanza.
- Los investigadores también están identificando el proceso a través del cual las parejas se desapegan o reconstruyen sus relaciones, así como los estilos de comunicación positivos y no defensivos que caracterizan a los matrimonios saludables y estables.

POSDATA: Hacer el amor

Existen dos hechos de la vida contemporánea que parecen incontrovertibles: primero, *las relaciones cercanas y duraderas son la característica primordial de una vida feliz*. Un ejemplo de relación cercana es el matrimonio. En las encuestas del National Opinion Research Center de 57 731 estadounidenses desde 1972, 40% de adultos casados, 23% de aquellos jamás casados, 20% de divorciados y 17% de separados declararon que sus vidas eran "muy felices". Algunas encuestas nacionales en Canadá y Europa han arrojado resultados similares (Inglehart, 1990).

Segundo, *las relaciones cercanas y duraderas están declinando*. El aumento de la migración y la movilidad significa que las personas están más desvinculadas de su familia extendida y de sus relaciones infantiles. En comparación con lo que sucedía hace medio siglo, es más frecuente que las personas de hoy se muden, vivan solas, se divorcien y tengan una variedad de relaciones.

Dados los ingredientes psicológicos de la felicidad marital, maneras de pensar similares, intimidad social y sexual, equidad en el dar y recibir recursos emocionales y materiales, parece posible desafiar el dicho francés que indica que "El amor hace que el tiempo pase y el tiempo hace que el amor pase". Pero se requiere de esfuerzo para detener el deterioro del amor. Se requiere de esfuerzo para dedicar un tiempo diario a hablar de los sucesos del día. Se requiere de esfuerzo para dejar de rezongar y discutir pequeñeces y, en lugar de ello, sincerarse y escuchar las heridas, preocupaciones y sueños mutuos. Se requiere de esfuerzo para convertir a la relación en una "utopía desclasada de igualdad social" (Sarnoff y Sarnoff, 1989) en la que ambos miembros den y reciban de forma libre, compartan la toma de decisiones y disfruten de su vida juntos.

Al atender a nuestras relaciones cercanas, se vuelve posible la satisfacción sostenida, indican John Harvey y Julia Omarzu (1997). La investigadora de las relaciones australiana, Patricia Noller

(1996), coincide: “el amor maduro... ese amor que sostiene el matrimonio y la familia a medida que crea un ambiente en el que pueden desarrollarse los miembros de la familia... se fundamenta en las creencias de que el amor implica reconocer y aceptar las diferencias y las debilidades; que el amor implica la decisión interna de amar a otra persona y un compromiso duradero por mantener ese amor; y, por último, que el amor es controlable y que necesita nutrirse y nutrir a los amantes”.

Para aquellos que se comprometen en la creación de relaciones equitativas, íntimas y de apoyo mutuo, puede llegar la seguridad y dicha del amor sociable perdurable. Esto se refleja en la clásica historia infantil *El conejo de peluche*. Cuando alguien “te ama por mucho, mucho tiempo”, le explicó el sabio Caballo de Tela al Conejo de Peluche, “no solo para jugar contigo, sino que REALMENTE te ama, entonces te vuelves Verdadero...”.

> “¿Sucede en un solo instante, como si te dieran cuerda, preguntó [el conejo], o poco a poco?”.
>
> “No sucede en un instante”, respondió el Caballo de Tela. “Te conviertes. Se lleva mucho tiempo. Por eso no les sucede a menudo a las personas que se desmoronan con facilidad o que tienen aristas afiladas o a quienes se les tiene que manejar con cuidado. Por lo general, para cuando eres Verdadero, la mayoría de tu pelo se ha caído a fuerza de caricias y tus ojos se salen y se aflojan tus articulaciones y te ves muy gastado. Pero esas cosas no importan en lo absoluto porque una vez que eres Verdadero no puedes parecer feo, excepto para las personas que no entienden nada”.

Ayuda

CAPÍTULO 12

©Ariel Skelley/Blend Images/Getty Images

"El amor cura a la gente: tanto al que da como al que recibe".

—Karl Menninger, psiquiatra, "An Autumn Visit with Dr. Karl", 1969

En una colina de Jerusalén, unos 2 000 árboles forman el Jardín de los Justos. Debajo de cada árbol hay una placa con el nombre de aquellos que dieron refugio a uno o más judíos durante el Holocausto nazi. Estos gentiles justos sabían que si se descubría a los refugiados, las políticas nazis dictaban que tanto el hospedador como los refugiados sufrieran el mismo destino, y en muchos casos ocurrió así (Hellman, 1980; Wiesel, 1985).

Una heroína que no sobrevivió fue Jane Haining, misionera de la Iglesia de Escocia que fue directora de una escuela para 400 niñas, la mayoría judías. En vísperas de la guerra y temiendo por su seguridad, la Iglesia le ordenó regresar a casa. Ella se negó diciendo: "si estas niñas me necesitaron en los tiempos de esplendor, ¿cuánto más me necesitan ahora en estos tiempos de oscuridad?" (Barnes, 2008; Brown, 2008). Se dice que cortó su equipaje de piel para fabricarle suelas a los zapatos de las niñas. En abril de 1944, Haining acusó a una cocinera de comerse las escasas raciones destinadas a sus niñas. La cocinera, que era miembro del partido Nazi, la denunció a la Gestapo, que la arrestó por haber trabajado entre los

¿Por qué ayudamos?

¿Cuándo ayudaremos?

¿Quién prestará ayuda?

¿Cómo podemos incrementar la ayuda?

Posdata: Cuando la psicología social cobra vida

El buen samaritano, Fernand Schultz-Wettel
Con autorización del Fideicomiso de la National Gallery, London
©Freedom Studio/Shutterstock

judíos y por haber llorado cuando vio que se obligó a sus niñas a portar estrellas amarillas. Unas cuantas semanas después la enviaron a Auschwitz, donde sufrió el mismo destino que millones de judíos.

Los actos menos espectaculares de consuelo, empatía y compasión abundan: sin pedir nada a cambio, las personas ofrecen orientaciones, donan dinero, donan sangre y trabajan como voluntarias.

- ¿Por qué y cuándo ofrece ayuda la gente?
- ¿Quién presta ayuda?
- ¿Qué se puede hacer para reducir la indiferencia y aumentar el comportamiento de ayuda?

Estas son las preguntas principales de este capítulo.

El **altruismo** es el opuesto del egoísmo. Una persona altruista se preocupa y ayuda, aunque no se le ofrezca ni espere ningún beneficio a cambio. La parábola de Jesús sobre el buen samaritano presenta un ejemplo clásico:

> Un hombre bajaba de Jerusalén a Jericó y cayó en manos de ladrones, quienes lo despojaron de todo, lo golpearon y se fueron, dejándolo medio muerto. Por casualidad, un sacerdote bajaba por el mismo camino y, cuando lo vio, pasó de largo al otro lado. También pasó un levita que al momento de llegar junto a él, cruzó al otro lado. Pero mientras viajaba, un samaritano caminó a su lado y, al verlo, se conmovió. Se le acercó y vendó sus heridas, después de derramar aceite y vino en ellas. Luego lo subió a su montura, lo condujo a una posada y cuidó de él. Al día siguiente, sacó dos denarios, los entregó al posadero y le dijo: "cuida de él y cuando regrese, te pagaré lo que hayas gastado". (Lucas, 10,30, NRSV).*

altruismo
Un motivo para aumentar el bienestar del otro sin consideración consciente hacia el interés propio.

La historia del samaritano ilustra el altruismo. Colmado de compasión, se siente motivado a concederle tiempo, energía y dinero al desconocido, sin esperar retribución ni reconocimiento.

¿POR QUÉ AYUDAMOS?

Explique las teorías psicológicas sobre qué motiva la ayuda, y sobre el tipo de ayuda que cada teoría busca explicar.

INTERCAMBIO SOCIAL Y NORMAS SOCIALES

Varias teorías sobre la ayuda concuerdan en que, a la larga, el comportamiento asistencial beneficia al que ayuda al igual que al que recibe la ayuda. ¿Por qué? Una explicación supone que las interacciones humanas están guiadas por la economía social. No solo intercambiamos bienes materiales y dinero, sino también bienes sociales: amor, servicios, información, estatus (Foa y Foa, 1975). Al hacerlo, buscamos minimizar los costos y maximizar las recompensas. La **teoría del intercambio social** no afirma que vigilemos de manera consciente los costos y recompensas, solo que tal consideración pronostica nuestra conducta.

Teoría del intercambio social
La teoría de que las interacciones humanas son transacciones que buscan maximizar las propias recompensas y minimizar los costos para uno mismo.

Supongamos que en su campus hay una campaña de donación de sangre y alguien le pide participar. De manera implícita podría ponderar los *costos* de donar (el pinchazo de la aguja, su tiempo, fatiga) contra aquellos de no donar (culpa, desaprobación). También podría ponderar los *beneficios*

* N. de la T.: Traducción directa para esta obra del fragmento de la New Revised Standard Version (NRSV).

de donar (sentirse bien de ayudar a los demás, refrigerio gratuito) contra los de no donar (ahorrarse tiempo, incomodidad y ansiedad). Según la teoría del intercambio social, tales cálculos sutiles anteceden las decisiones de ayudar o no hacerlo.

Aumento de la emoción positiva

Las recompensas que motivan la ayuda pueden ser externas o internas. El neoyorkino que saltó a las vías del metro para salvar a un hombre que se desmayó ("Pensé, si lo atropella el tren, no podré ir al trabajo") estaba motivado por las recompensas externas de su paga de jornada y media en domingo (Weischelbaum et al., 2010). Cuando las empresas donan dinero para mejorar su imagen corporativa o cuando alguien ofrece un aventón con la esperanza de recibir reconocimiento o amistad, la recompensa es externa. Damos para recibir. Por ende, estamos mucho más dispuestos a ayudar a alguien atractivo para nosotros, alguien cuya aprobación deseamos (Krebs, 1970; Unger, 1979). En los experimentos, y en la vida cotidiana, la generosidad pública aumenta el propio estatus, mientras que la conducta egoísta puede conducir a un castigo (Hardy y Van Vugt, 2006; Henrich et al., 2006). Incluso puede llevar al sexo: un estudio encontró que las personas altruistas, en particular los varones, tenían más parejas sexuales y relaciones sexuales más frecuentes con sus parejas (Arnocky et al., 2017).

Es posible que las recompensas también sean internas, enfocadas a menudo en aumentar las emociones positivas. Casi todos los donadores de sangre concuerdan en que hacerlo "te hace sentir bien contigo mismo" y "te da una sensación de autosatisfacción" (Piliavin, 2003; Piliavin et al., 1982). "Dona sangre", aconseja un antiguo cartel de la Cruz Roja. "Lo único que te pasará es que te sentirás bien contigo mismo". Sentirse bien ayuda a explicar por qué la gente que está lejos de casa es amable con desconocidos a quienes no verá nunca de nuevo.

El estímulo que la ayuda provee para la propia valía explica este *efecto de hacer bien/sentirse bien*. Un estudio de un mes de duración con 85 parejas encontró que dar apoyo emocional a la pareja fue positivo para el *dador*, ya que elevó su estado de ánimo (Gleason et al., 2003). Los cónyuges en proceso de duelo se recuperan más rápido de sus sentimientos depresivos cuando participan en ayudar a otros (Brown et al., 2008, 2009). La gente que trabaja como voluntaria y ayuda a los demás informa encontrar más significado en la vida (Klein, 2017). Algunos incluso sugieren que los profesionales de la atención médica deberían prescribir el voluntariado como método para mejorar el estado de ánimo y la salud física (Johnson y Post, 2017).

Jane Piliavin (2003) y Susan Andersen (1998) revisaron estudios que mostraban que los jóvenes que colaboraban en proyectos de servicio comunitario, que participaban en aprendizaje de servicio en la escuela o que proporcionaban tutoría a niños desarrollaban habilidades sociales y valores sociales positivos. Tales jóvenes tienen de forma notable un menor riesgo de delincuencia, embarazo y deserción escolar, y tienen más probabilidad de convertirse en ciudadanos participativos. Del mismo modo, el voluntariado beneficia la moral y la salud, en especial cuando lo inicia la propia persona en lugar de demandarse de ella (Weinstein y Ryan, 2010). Aquellos que hacen el bien tienden a sentirse bien.

Lo mismo puede decirse de donar dinero. Hacer donativos activa áreas cerebrales relacionadas con la recompensa (Harbaugh et al., 2007). Las personas generosas son más felices que aquellas cuyo gasto se enfoca en sí mismas. En un experimento, a algunas personas a las que se les dio un sobre con dinero se les dijo que lo gastaran en sí mismas, en tanto que a otros se les indicó gastar el dinero en otras personas. Al final del día, quienes gastaron su dinero en los demás fueron más felices (Dunn et al., 2008, 2013; Geenen et al., 2014). Las personas a las que se instruyó que ayudaran a otros experimentaron una mejora en su sistema inmunitario, mientras que aquellos que se dedicaron a enfocar la ayuda en sí mismos no tuvieron el mismo resultado (Nelson-Coffey et al., 2017). Otra investigación confirma que *dar aumenta la felicidad*:

- Una encuesta con más de 200 000 personas en 136 países encontró que virtualmente en todas partes, la gente informa sentirse más feliz después de gastar

Dar a los demás hace sentir mejor que gastar el dinero en uno mismo.
©Blue Jean Images/Alamy Stock Photo

Detalles DE LA HISTORIA

Dennis Krebs habla de la experiencia de vida y el estudio del altruismo

A los 14 años, me traumaticé cuando mi familia se mudó de Vancouver, Columbia Británica, a California. Caí de ser presidente de mi secundaria a convertirme en objeto del ridículo social debido a mi ropa, mi acento y mi conducta. Las habilidades para pelear que adquirí en el boxeo generaron pronto una reputación bastante diferente de la que gozaba en Canadá. Caí progresivamente más bajo, hasta que después de varios ingresos en centros de detención, me arrestaron y condenaron por conducir bajo la influencia de las drogas. Escapé de la cárcel, pedí aventones hasta un campamento maderero en Oregón y, al final, regresé a Columbia Británica. Me aceptaron a prueba en una universidad, me gradué en los primeros sitios de mi generación, obtuve una Beca Woodrow Wilson y me aceptaron en un programa de doctorado en psicología en Harvard.

Asistir a Harvard me obligó a regresar a Estados Unidos. Preocupado por mis antecedentes como fugitivo en California, me entregué a las autoridades y sufrí debido a la publicidad que se generó como consecuencia. Me absolvieron, en gran parte debido al tremendo apoyo que recibí de muchas personas. Después de estar tres años en Harvard, me contrataron como profesor asistente. A la larga regresé a Columbia Británica como jefe del departamento de psicología en la Universidad Simon Fraser.

Aunque me hace sentir un tanto incómodo, revelo esta historia como una forma de alentar a la gente que ya tiene dos antecedentes delictivos a que se resistan a continuar por el mismo camino. La enorme cantidad de energía que he invertido en comprender la moralidad se derivó de mi necesidad de entender qué salió mal en mi caso y mi interés en el altruismo se alimentó de la generosidad de quienes me ayudaron a superar mi pasado.

Dennis Krebs
Simon Fraser University
Cortesía de Dennis Krebs

"Los hombres no valoran una buena acción, a menos que les traiga una recompensa".

—Ovidio, *Epistulae ex Ponto,* 10 d. C.

"Porque es a través de dar que recibimos".

—San Francisco de Asís (1181-1226)

dinero en otras personas que en sí misma (Aknin et al., 2013, 2015). Los dadores también están menos propensos a la depresión que quienes no lo hacen (Smith y Davidson, 2014).

- Conceder "bonos prosociales" a los empleados, donaciones caritativas para que las gasten en otros o en sus compañeros de equipo en lugar de en sí mismos, produce "empleados más felices y satisfechos" y equipos de trabajo con mayor desempeño (Aknin et al., 2013).
- Comprar una bolsa de dulces para un niño enfermo mejoró lo suficiente el estado de ánimo de la gente como para que otras personas notaran su mayor felicidad (Aknin et al., 2014).

Este análisis de costo-beneficio puede parecer degradante. Sin embargo, en defensa de la teoría, el hecho de que la ayuda pueda recompensar por sí misma, que mucho de nuestro comportamiento no sea antisocial sino prosocial, y que dar amor pueda resultarnos satisfactorio, habla bien de la humanidad. Es probable que la raza humana estuviera en peores condiciones si obtuviéramos placer solo al servirnos a nosotros mismos.

Reducción de la emoción negativa

Los beneficios de ayudar también incluyen reducir o evitar las emociones negativas. Cuando estamos cerca de alguien angustiado, es posible que sintamos angustia. El grito de una mujer fuera de su ventana lo agitará y angustiará. Las películas de terror nos angustian porque empatizamos con las víctimas atemorizadas. Si usted no puede reducir su agitación interpretando el grito como un chillido juguetón, entonces es posible que investigue y preste ayuda, con lo cual reduce su propia angustia (Piliavin y Piliavin, 1973). El investigador del altruismo, Dennis Krebs (1975; vea Detalles de la historia: Dennis Krebs habla de la experiencia de vida y del estudio del altruismo) encontró que los varones en la Universidad de Harvard cuyas respuestas psicológicas y autoinformes revelaban la mayor agitación en respuesta a la angustia de otra persona también prestaron más ayuda a la persona. En efecto, los cerebros de los "altruistas extraordinarios", personas que donaron un riñón a un desconocido, reaccionaron con mayor intensidad a las imágenes de rostros atemorizados. Sus amígdalas (la parte del cerebro que reacciona ante el temor) eran también más grandes que el promedio (Marsh et al., 2014).

Culpa

Escolares empacan donativos de juguetes para los necesitados. A medida que los niños maduran, por lo regular llegan a obtener placer al ayudar a los demás.
©Pamela Moore/Getty Images

La angustia no es la única emoción negativa que queremos reducir con nuestras acciones. A través de la historia registrada, la culpa ha sido una emoción dolorosa que la gente evita y busca aliviar (Ty et al., 2017). Como destacó Everett Sanderson luego de salvar de manera heroica a una niña que cayó a las vías del metro frente a un tren en marcha: "si no hubiera tratado de salvar a la pequeña, si solo me hubiera quedado parado allí como los demás, me hubiera muerto por dentro. A partir de ese momento, no me habría servido de nada a mí mismo".

Las culturas tienen maneras institucionalizadas de aliviar la culpa: sacrificios de animales y humanos, ofrendas de grano y dinero, conducta penitente, confesión, negación. En el antiguo Israel, los pecados de la gente se volcaban en un "chivo expiatorio" que después se dejaba en el desierto para que se llevara la culpa de las personas.

Para examinar las consecuencias de la culpa, los psicólogos sociales han inducido a la gente a transgredir: mintiendo, aplicando choques, tirando una mesa llena de tarjetas en orden alfabético, descomponiendo una máquina o haciendo trampa. Después, es posible que a los participantes agobiados por la culpa se les ofrezca una manera de aliviarla: confesando, menospreciando a la persona dañada o llevando a cabo una buena acción para compensar el acto negativo. Los resultados son de forma notable consistentes: la gente hará lo que sea para eliminar la culpa, aliviar sus sentimientos desagradables y restaurar su autoimagen (Ding et al., 2016; Ilies et al., 2013; Sachdeva et al., 2009; Xu et al., 2011).

Imagínese como participante de uno de esos experimentos que se llevó a cabo con estudiantes de la Universidad Estatal de Mississippi (McMillen y Austin, 1971). Usted y otro alumno buscan, en ambos casos, obtener créditos para cubrir los requerimientos de un curso y llegan al experimento. Poco después entra un cómplice del experimentador que dice haber participado antes y haber ido en búsqueda de un libro perdido. Menciona que el experimento implica responder a una prueba de opción múltiple y que en su mayoría las respuestas correctas son "B". Después de irse el cómplice, llega el experimentador, quien explica el experimento y luego pregunta: "¿Han estado antes en este experimento o han oído de qué se trata?"

¿Mentiría? la conducta de quienes participaron antes en este experimento, 100% de los cuales mintieron diciendo que "no", sugiere que usted también lo haría. Después de responder la prueba (sin recibir ninguna realimentación al respecto), el experimentador dice: "Ya pueden irse. Sin embargo, si tienen un poco de tiempo, me serviría que me ayuden a calificar algunos cuestionarios". Suponiendo que usted dijo la mentira, ¿piensa que ahora estaría más o menos dispuesto a ceder de manera voluntaria un poco de su tiempo? En promedio, aquellos a los que no se indujo a mentir cedieron solo dos minutos de su tiempo. Quienes habían mentido estuvieron en forma aparente más dispuestos a redimir su autoimagen; en promedio, ofrecieron la enorme cantidad de 63 minutos. Una de las moralejas de este experimento queda bien expresada por una niña de siete años que, en uno de mis propios experimentos [DM], escribió: "no mientas o tendrás que vivir con la culpa" (y sentirás la necesidad de aliviarla).

Nuestra disposición a hacer el bien después de hacer el mal refleja nuestra necesidad de reducir la culpa *privada* y restaurar una autoimagen alterada. También refleja nuestro deseo de recuperar una imagen *pública* positiva. Tenemos mayor probabilidad de redimirnos con el comportamiento de ayuda cuando otras personas conocen nuestras fechorías (Carlsmith y Gross, 1969).

En términos generales, la culpa conduce a mucho bien. Al motivar a la gente a confesar, disculparse, ayudar y evitar repetir el daño, la culpa eleva la sensibilidad y mantiene la cercanía en las relaciones.

EXCEPCIONES AL ESCENARIO DE SENTIRSE MAL/HACER EL BIEN Entre los adultos socializados en forma adecuada, ¿siempre deberíamos esperar este fenómeno de "sentirse mal/hacer el bien"? No. El estado de ánimo negativo, el enojo, produce cualquier cosa menos compasión. Otra excepción es la aflicción profunda. La gente que sufre la pérdida del cónyuge o de un hijo, ya sea a causa de la muerte o de la separación, a menudo pasa por un periodo de intensa preocupación por sí misma, lo cual impide dar a los demás (Aderman y Berkowitz, 1982; Gibbons y Wicklund, 1982).

En una potente simulación de laboratorio acerca de la pena autoenfocada, William Thompson, Claudia Cowan y David Rosenhan (1980) pidieron a los estudiantes de la Universidad de Stanford que escucharan de manera privada una descripción grabada de una persona (de quien debían imaginar era su mejor amigo) que estaba muriendo de cáncer. El experimento enfocó la atención de algunos estudiantes en su propia preocupación y aflicción:

> Podría morir y lo (la) perderías, y nunca volverías a hablar con él (ella). O peor, podría morir de forma lenta. Sabrías que cada minuto puede ser el último que pasen juntos. Por meses, tendrías que mostrarte alegre a pesar de tu tristeza. Tendrías que verlo morir en partes, hasta que al final lo perdieras por completo y te quedaras solo.

En el caso de otros, su atención se enfocó en el amigo:

> Está todo el tiempo acostado en su cama, esperando esas interminables horas, solo esperando y con la esperanza de que algo suceda. Cualquier cosa. Te dice que lo peor es no saber qué pasará.

Cuando se les dio oportunidad de ayudar con su investigación a una estudiante de posgrado, 25% de las personas cuya atención se enfocó en sí misma le prestaron ayuda. De aquellos que enfocaron su atención en el otro, 83% ayudaron. Ambos grupos se sintieron de igual manera conmovidos, pero solo los participantes que se enfocaron en el otro encontraron en especial que los recompensaba dar su ayuda a alguien más. En pocas palabras, el efecto de sentirse mal/hacer el bien ocurre con personas cuya atención se dirige a alguien más, un estado mental que en apariencia hace que el altruismo otorgue recompensa, (Barnett et al., 1980; McMillen et al., 1977). Si no están preocupados acerca de sí mismos por la depresión o la aflicción, las personas tristes son individuos sensibles y serviciales.

"Es curioso que, cuando te enamoras, anhelas realizar actos de generosidad para todo el mundo".

—P. G. Wodehouse, *The Mating Season,* 1949

SENTIRSE BIEN, HACER EL BIEN Entonces, ¿las personas felices son poco serviciales? Muy por el contrario. Existen pocos hallazgos más consistentes en la psicología: las personas felices son serviciales. Este efecto ocurre tanto en niños como en adultos, sin importar si el buen estado de ánimo proviene del éxito, de tener pensamientos felices o de cualquiera de varias otras experiencias positivas (Salovey et al., 1991). Una mujer recordó su experiencia después de enamorarse.

> En la oficina, apenas podía reprimirme de gritar lo delirantemente feliz que me sentía. El trabajo era fácil; me tomaba con calma las cosas que me molestaban antes. Y tenía el fuerte impulso de ayudar a los demás; quería compartir mi alegría. Cuando se descompuso la máquina de escribir de Mary, al tiempo salté para ayudarla. ¡A Mary! ¡Mi antigua enemiga! (Tennov, 1979, p. 22).

En experimentos sobre la felicidad y la conducta de ayuda, es posible que la persona que recibe la ayuda sea alguien que busca un donativo, un experimentador que busca ayuda con la documentación o una mujer que deja caer unos papeles. Estos son tres ejemplos:

En Sídney, Australia, Joseph Forgas y sus colaboradores (2008) pidieron a un cómplice del experimentador que hiciera un comentario que elevara el estado de ánimo de un vendedor o una crítica que le bajara los ánimos. Momentos después, un segundo cómplice, que desconocía cuál era la condición de inducción del estado de ánimo, buscaba la ayuda del vendedor para localizar un artículo inexistente. Aquellos vendedores que recibieron el comentario positivo hicieron el mayor esfuerzo por ayudar.

En Opole, Polonia, Dariusz Dolinski y Richard Nawrat (1998) encontraron que un estado de ánimo positivo de alivio elevó en forma espectacular la ayuda. Imagínese uno de sus sujetos inconscientes de la situación. Después de estacionar de forma ilegal su auto por unos minutos, al regresar descubre lo que parece una multa debajo del limpiador (donde se colocan las multas de estacionamiento). Al lanzar un gruñido para sus adentros, recoge la aparente multa y luego siente un enorme alivio al descubrir que solo es un anuncio. Momentos después, un estudiante universitario se le acerca y le pide pasar 15 minutos respondiendo preguntas, para "ayudarme a terminar mi tesis de maestría". ¿Su estado de ánimo positivo y aliviado le pondría en mayor probabilidad de ayudar? De hecho, 62% de la gente cuyo temor se convirtió en alivio accedieron de buena gana. Ese fue casi el doble de la cifra de personas que lo hicieron cuando no se les dejó ningún papel semejante a una multa o cuando el papel se dejó en la puerta de su coche (que no es el lugar donde se colocan las multas).

En Estados Unidos, cuando se usaban los teléfonos de monedas, Alice Isen, Margaret Clark y Mark Schwartz (1976) pidieron a una cómplice del experimentador que llamara a la gente que acababa de recibir una muestra gratuita de papel para cartas en un periodo de 0 a 20 minutos

antes. La cómplice les decía que había utilizado su última moneda para marcar a ese número (supuestamente equivocado), y le pedía a la persona que llamara por teléfono al número al que había querido hablar al inicio para que diera un mensaje. Como muestra la **figura 12.1**, la disposición de los individuos para pasar el mensaje se elevó durante los 5 minutos posteriores. Luego, a medida que el estado de ánimo fue desapareciendo, la voluntad de ayudar disminuyó.

Si las personas tristes a veces son muy serviciales, ¿cómo puede ser que las personas felices también lo sean? Los experimentos revelan la influencia de varios factores (Carlson et al., 1988). La ayuda alivia un estado de ánimo negativo y mantiene un estado de ánimo positivo (quizá recuerde haberse sentido bien después de darle instrucciones a alguien sobre cómo llegar a su destino). A su vez, un estado de ánimo positivo conduce a pensamientos y autoestima positivos, lo cual nos predispone a tener un comportamiento positivo (Berkowitz, 1987; Cunningham et al., 1990; Isen et al., 1978). Cuando se tiene un buen ánimo, después de recibir un regalo o mientras se disfruta de las buenas sensaciones de un éxito, las personas tienen mayor probabilidad de tener pensamientos positivos y las personas que tienen pensamientos positivos tienen más probabilidades de actuar de forma positiva... lo cual ayuda a explicar por qué, incluso después de controlar otros factores demográficos, los actos extraordinarios de altruismo tienden a provenir de sitios felices. Las áreas de Estados Unidos con las personas más felices también son aquellas con las mayores tasas de donación de riñón (Brethel-Haurwitz y Marsh, 2014). Los días soleados en la ciudad de Nueva York, cuando podemos suponer que las personas están más animosas, también fueron los días en que los pasajeros dieron más propinas a los conductores de taxis (Deveraj y Patel, 2017).

Normas sociales

A menudo no ayudamos a los demás porque hayamos calculado de manera consciente que tal comportamiento es en interés propio, sino debido a una forma más sutil de interés propio: porque algo nos dice que *debemos* hacerlo. Debemos ayudar a nuestro nuevo vecino a mudarse. Debemos regresar la cartera que encontramos. Debemos proteger del daño a nuestros compañeros de combate. Las normas, los "*debes*" de nuestra vida, son expectativas sociales. *Prescriben* el comportamiento apropiado. Los investigadores que estudian la conducta de ayuda identificaron dos normas sociales que motivan el altruismo: la norma de reciprocidad y la norma de responsabilidad social.

NORMA DE RECIPROCIDAD Un principio moral universal es la **norma de reciprocidad**: *aquellos que nos ayudan deberíamos retribuirles con ayuda, no con daño* (Gouldner, 1960). "Invertimos" en los demás y esperamos dividendos. Los políticos saben que aquel que hace un favor puede esperar que le hagan favores después. A veces, las encuestas y peticiones por correo incluyen un pequeño regalo, como dinero o etiquetas personalizadas con la dirección, debido a la suposición de que algunas personas retribuirán el favor. Incluso los lactantes de 21 meses muestran reciprocidad al estar más dispuestos a ayudar a alguien que trató de darles un juguete (Dunfield y

norma de reciprocidad
La expectativa de que la gente ayudará, no herirá, a aquellos que les han ayudado.

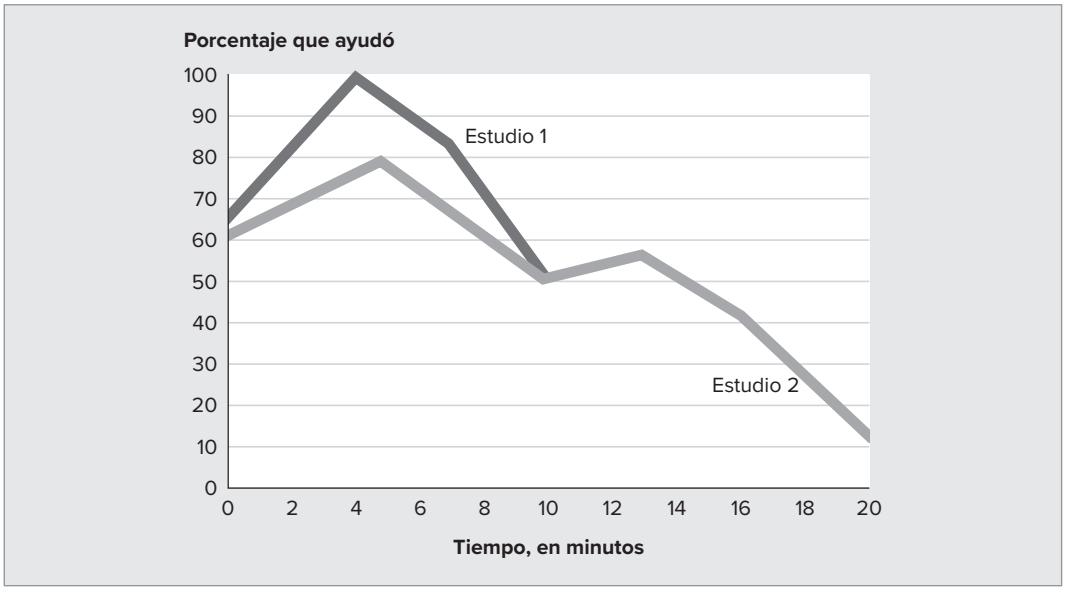


FIGURA 12.1
Porcentaje de personas dispuestas a comunicar un mensaje por teléfono 0 a 20 minutos después de recibir una muestra gratis
De los sujetos control que no recibieron un regalo, solo 10% ayudaron.
Fuente: Datos de Isen et al., 1976.

Kuhlmeier, 2010). La norma de reciprocidad también aplica dentro del matrimonio. En ocasiones es posible dar más de lo que se recibe pero, a la larga, el intercambio debería equilibrarse. En todo este tipo de interacciones, recibir sin dar a cambio viola la norma de reciprocidad.

capital social
Apoyo y cooperación mutuos facilitados por una red formada en la sociedad.

La reciprocidad dentro de las redes formadas en una sociedad define al **capital social** (las conexiones de apoyo, el flujo de información, la confianza y los actos de cooperación) que mantienen sana a una comunidad. Los vecinos que vigilan las casas de los demás representan el capital social en acción.

"Si no vas al funeral de alguien, no vendrán al tuyo".
—Yogi Berra

La norma opera de modo más eficiente a medida que la gente responde de forma pública a las acciones realizadas hacia ellos. Tanto en los juegos de laboratorio como en la vida diaria, los encuentros pasajeros de una sola vez producen mayor egoísmo que las relaciones sostenidas. Pero incluso cuando la gente responde en forma anónima, a veces hacen lo correcto y retribuyen el bien que se les hizo antes (Burger et al., 2009). En un experimento, los estudiantes universitarios estuvieron más dispuestos a comprometerse a contribuir a una obra de caridad cuando se los pide alguien que antes les compró dulces (Whatley et al., 1999; **figura 12.2**).

Cuando la gente no puede retribuir, es posible que se sienta amenazada y denigrada por aceptar auxilio. De modo que las personas orgullosas y con alta autoestima con frecuencia son renuentes a buscar ayuda (Nadler y Fisher, 1986). Recibir ayuda sin pedirla puede reducir en cierto grado la autoestima (Schneider et al., 1996; Shell y Eisenberg, 1992). Los estudios han encontrado que esto puede suceder con los beneficiarios de los programas de discriminación positiva, en especial cuando estos no afirman la competencia de la persona y sus posibilidades de éxito futuro (Pratkanis y Turner, 1996). En consecuencia, los asiáticos, para quienes los vínculos sociales y la norma de reciprocidad son más fuertes que para los estadounidenses, tienen mayores probabilidades de negarse a recibir un regalo de un conocido casual para evitar la necesidad percibida de retribución (Shen et al., 2011).

La moraleja práctica es que deberíamos ofrecer el apoyo necesario a nuestros hijos y amigos, pero no darles tanto apoyo que disminuya su sentido de competencia (Finkel y Fitzsimmons, 2013). El apoyo debe complementar, en lugar de sustituir, las acciones de los otros.

NORMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL La norma de reciprocidad nos recuerda el equilibrio entre dar y recibir. Sin embargo, si la única norma fuera la reciprocidad, el samaritano no hubiera sido el buen samaritano. En la parábola, es obvio que Jesucristo tenía en mente algo más humanitario, que queda en evidencia en otra de sus enseñanzas: "si ustedes aman solo a quienes los aman, [norma de reciprocidad] ¿qué mérito tiene? [...] Pero yo les digo: Amen a sus enemigos y recen por sus perseguidores" (Mateo 5:46,44).

norma de responsabilidad social
La expectativa de que la gente ayudará a los que necesitan ayuda.

Con personas que de forma evidente son dependientes e incapaces de retribuir, como los niños, las personas en pobreza extrema y aquellos con discapacidades, otra norma social motiva nuestra ayuda. La **norma de reciprocidad social** decreta que la gente debería ayudar a quienes necesitan ayuda, sin importar los intercambios futuros (Berkowitz, 1972; Schwartz, 1975). Esta norma de responsabilidad social tiene una antigua historia, como lo evidencian los descubrimientos arqueológicos de esqueletos de 7 500 años de antigüedad de personas con discapacidades graves e incapaces de alimentarse o cuidar de sí mismas, pero que pudieron sobrevivir gracias a los cuidados compasivos de los demás (Gorman, 2012). Si una persona que lleva muletas deja caer un libro, usted honrará su norma de responsabilidad social al recogerlo. En India, una cultura relativamente colectivista, las personas apoyan con más firmeza la norma de responsabilidad social que en países occidentales individualistas (Baron y Miller, 2000). Expresan una obligación de ayudar incluso cuando la necesidad no pone en riesgo la vida o la persona necesitada, quizás un desconocido que requiere un trasplante de médula ósea está fuera de su círculo familiar.

Aunque las personas que prestan ayuda en países occidentales mantengan el anonimato y no tengan expectativa de cualquier tipo de recompensa, con frecuencia ayudan

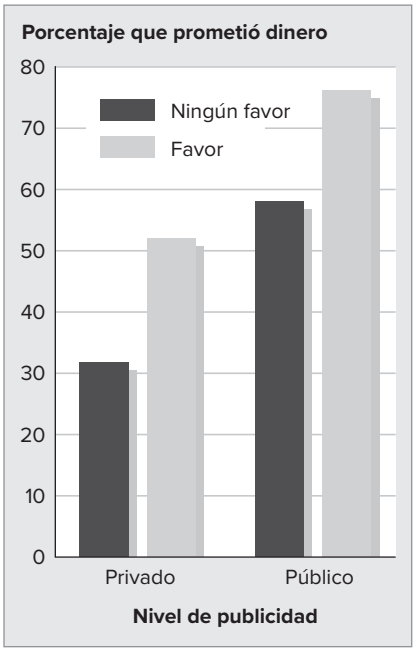


FIGURA 12.2
Reciprocidad privada y pública para un favor
Las personas estuvieron más dispuestas a comprometerse a donar a una caridad presentada por un cómplice del experimentador si antes este les había hecho un pequeño favor, en especial cuando su reciprocidad se daba a conocer al cómplice.
Fuente: Whatley et al., 1999.

a los necesitados (Shotland y Stebbins, 1983). Sin embargo, en general aplican en forma selectiva la norma de responsabilidad social a aquellos cuyas necesidades no parecen deberse a su propia negligencia. En particular entre los conservadores políticos (Skitka y Tetlock, 1993), la norma parece ser: da a la gente que lo merece. Si son víctimas de las circunstancias, como en un desastre natural, entonces por supuesto que debes ser compasivo (Goetz et al., 2010; Zagefka et al., 2011). Si parecen haber creado sus propios problemas (por ejemplo, debido a flojera, inmoralidad o falta de precisión), entonces, sugiere la norma, no merecen ayuda.

De este modo, las respuestas se vinculan de manera estrecha con las *atribuciones*. Si atribuimos la necesidad a las decisiones de la persona, la justicia no nos exige ayudar; decimos que es por la propia culpa de la persona (Weiner, 1980). Las atribuciones afectan las políticas públicas al igual que las decisiones del individuo en cuanto a prestar ayuda.

Udo Rudolph y sus colaboradores (2004) dicen, a partir de su revisión de más de tres docenas de estudios pertinentes, que la clave está en si las *atribuciones* que usted haga evocan compasión, lo cual motiva a su vez la ayuda (**figura 12.3**).

Los donadores de sangre responden a la norma de responsabilidad social.
©choja/Getty Images

Imagine que es uno de los alumnos de la Universidad de Wisconsin que recibe una llamada de "Tony Freeman", quien le explica que es un compañero de su clase de introducción a la psicología (Barnes et al., 1979). Dice que necesita ayuda para el próximo examen y que tomó su nombre de una lista de estudiantes de la misma clase. "No sé. Al parecer, en esa clase no puedo tomar buenos apuntes, le explica Tony. Sé que puedo, pero a veces solo no me dan ganas de hacerlo, así que la mayoría de mis apuntes no sirven como para estudiar". ¿Cuánta compasión sentiría hacia Tony? ¿Cuánto sacrificio representaría para usted prestarle sus apuntes? Si es como los estudiantes de ese experimento, es probable que estuviera menos inclinado a ayudar que si Tony le hubiera explicado que sus problemas están más allá de su control, como haber faltado a clases por enfermedad. En consecuencia, la norma de responsabilidad social nos impulsa a ayudar a aquellos más necesitados y a aquellos que más lo merecen.

GÉNERO Y RECEPCIÓN DE AYUDA Si, de hecho, las percepciones sobre la necesidad del otro determinan en gran medida la disposición que se tiene de ayudar, ¿las mujeres recibirán más ayuda que los hombres? En efecto es así. Alice Eagly y Maureen Crowley (1986) localizaron 35 estudios que comparaban la ayuda que recibieron víctimas hombres o mujeres (casi todos los estudios implicaban encuentros breves con desconocidos necesitados, que es justo la situación en la que la gente espera que los hombres sean caballerosos, indican Eagly y Crowley).

Las mujeres ofrecieron ayuda por igual a hombres y mujeres, en tanto que los varones ofrecieron más ayuda cuando la persona necesitada era una mujer. Varios experimentos durante el decenio de 1970 encontraron que las mujeres con automóviles descompuestos (por ejemplo, con una llanta baja) recibían más ofrecimientos de ayuda que los varones (Penner et al., 1973; Pomazal y Clore, 1973; West et al., 1975). De manera similar, las mujeres solas que pedían aventón recibieron bastantes más ofrecimientos de ayuda que los varones solos o que las parejas (Pomazal y Clore,

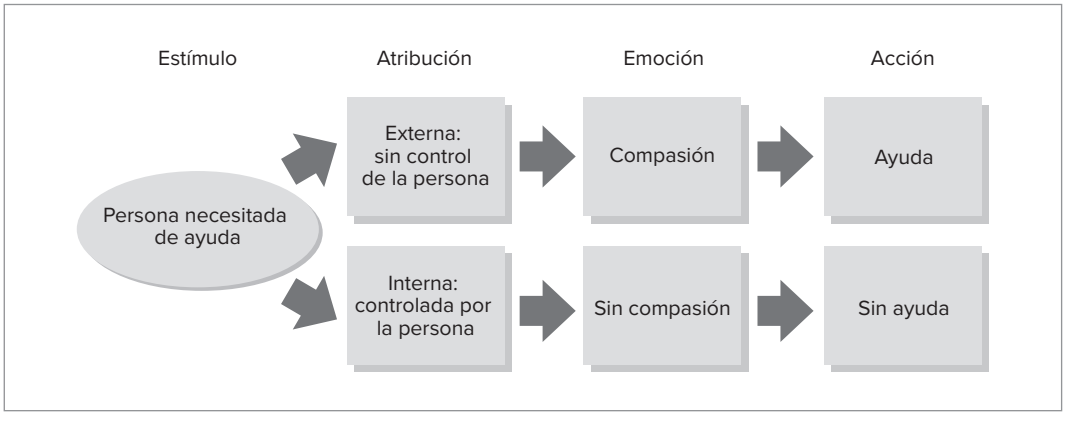
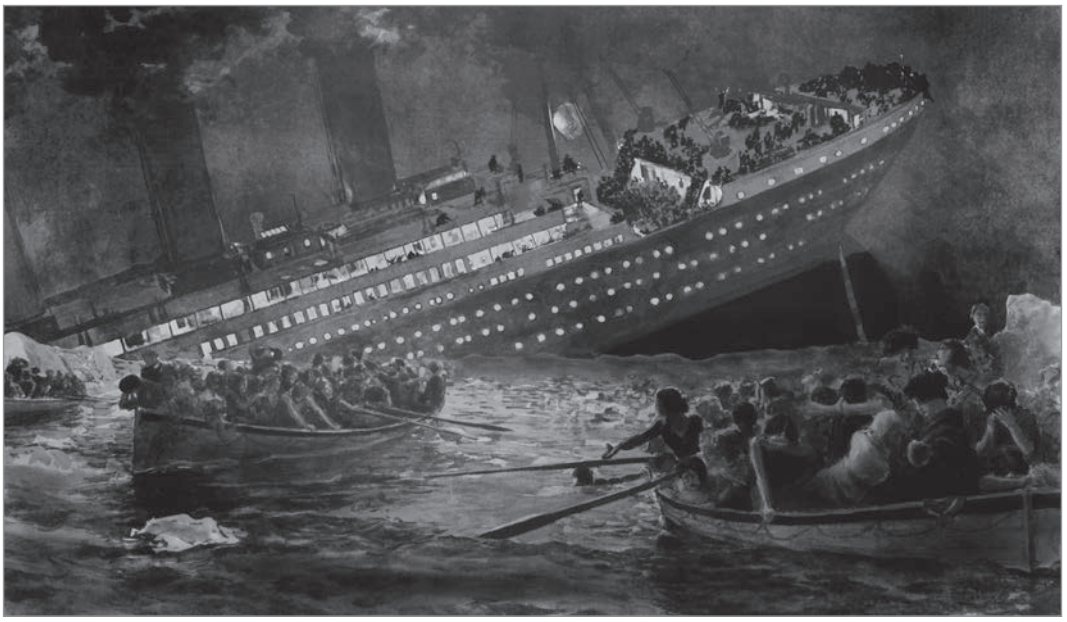


FIGURA 12.3
Atribuciones y ayuda
En este modelo, que propusieron el investigador alemán Udo Rudolph y sus colaboradores (2004), la ayuda depende de las explicaciones de la gente acerca del apuro y del grado resultante de su compasión.



Cuando se hundió el *Titanic*, 70% de las mujeres y 20% de los hombres sobrevivieron. Las probabilidades de supervivencia fueron 2.5 veces mayores para los pasajeros de primera clase que para los de tercera. Sin embargo, gracias a las normas de género del altruismo, las probabilidades de supervivencia fueron mayores para los pasajeros de tercera clase que eran mujeres (47%) que para los pasajeros de primera clase que eran hombres (31%).
©Everett Historical/Shutterstock

1973; M. Snyder et al., 1974). Por supuesto que la caballerosidad de los hombres hacia las mujeres solas quizá haya estado motivada por algo más que el altruismo. No sorprende que los varones ayudaran con más frecuencia a las mujeres atractivas que a las no atractivas (Mims et al., 1975; Pazhoohi y Burriss, 2016; Stroufe et al., 1977; West y Brown, 1975).

Las mujeres no solo reciben más ofrecimientos de ayuda en ciertas situaciones sino que también buscan más ayuda (Addis y Mahalik, 2003). Tienen el doble de probabilidades de buscar ayuda médica y psiquiátrica. Constituyen la mayoría de quienes llaman a los programas de orientación en la radio y de clientes de los centros de orientación psicológica de las universidades. Es más frecuente que reciban con agrado la ayuda de amigos. Arie Nadler (1991), un experto de la Universidad de Tel Aviv acerca del tema de la búsqueda de ayuda, atribuye este fenómeno a las diferencias de género en individualismo y colectivismo: las mujeres son más colectivistas y, por ende, están más dispuestas a pedir ayuda a los demás.

PSICOLOGÍA EVOLUTIVA

"Los héroes caídos no tienen hijos. Si el autosacrificio redunda en menos descendencia, puede esperarse que los genes que permiten la creación de héroes desaparezcan de forma gradual de la población".

—E. O. Wilson, *Sobre la naturaleza humana*, 1978

Otra explicación de la ayuda proviene de la teoría evolutiva. La psicología evolutiva sostiene que la esencia de la vida es la supervivencia de los genes. Nuestros genes nos impulsan de maneras adaptativas que han maximizado su probabilidad de supervivencia. Cuando nuestros ancestros morían, sus genes seguían viviendo, predisponiéndonos a comportarnos de modos que los propaguen al futuro.

Como lo sugiere el título del popular libro de Richard Dawkins (1976), *El gen egoísta*, la psicología evolutiva ofrece una imagen aleccionadora de la humanidad, y que el psicólogo Donald Campbell (1975a, b) considera una reafirmación biológica de un profundo y convenenciero "pecado original". Los genes que predisponen a los individuos al autosacrificio en interés del bienestar de los desconocidos no sobrevivirían en la competencia evolutiva. Sin embargo, el éxito evolutivo sí proviene de la cooperación. Y los seres humanos son los más cooperadores del reino animal, porque exhibimos múltiples mecanismos para superar el egoísmo (Nowak y Highfield, 2011; Pfaff, 2014), incluyendo los siguientes:

- *Selección de parentesco*: si portas mis genes, te favoreceré.
- *Reciprocidad directa*: ambos protegemos los intereses mutuos.
- *Reciprocidad indirecta*: si proteges mis intereses, yo protegeré los de alguien más y alguien protegerá los míos.
- *Selección de grupo*: los grupos que se protegen entre sí, sobreviven.

Selección de parentesco

Nuestros genes nos predisponen a cuidar de nuestros familiares. Así, una forma de autosacrificio que *aumentaría* la supervivencia de los genes es la devoción hacia los propios hijos, una forma primitiva de altruismo inscrita en los cerebros de los padres (Preston, 2013). En comparación con los padres negligentes, aquellos que priorizan el bienestar de sus hijos tienen mayor probabilidad de transmitir sus genes. Como escribió el psicólogo evolutivo David Barash (1979, p. 153): "los genes se ayudan a sí mismos siendo buenos consigo mismos, aunque vivan dentro de cuerpos diferentes". El egoísmo genético (al nivel biológico) fomenta el altruismo parental (al nivel psicológico). Aunque la evolución favorece el sacrificio personal por los propios hijos, estos últimos tienen menos participación en la supervivencia de los genes de sus padres. De modo que los padres por lo regular serán más dedicados hacia sus hijos, que sus hijos a ellos.

"Cuando la gente me pregunta cómo me va, le respondo: "me va tan bien como a mi hija más triste".

—Michelle Obama, 24 de octubre de 2008

Otros familiares comparten genes en proporción a su cercanía biológica. Usted comparte la mitad de sus genes con sus hermanos y hermanas, y un octavo con sus primos. La **selección de parentesco**, el favoritismo hacia aquellos que comparten nuestros genes, condujo al biólogo evolutivo J. B. S. Haldane a bromear que aunque era posible que no diera la vida por su hermano, sí se sacrificaría por *tres* hermanos, o por nueve primos. Haldane no se habría sorprendido de que el parentesco genético pronostique la ayuda, y de que los gemelos genéticamente idénticos se presten un apoyo mutuo bastante mayor que los gemelos fraternos (Segal, 1984; Stewart-Williams, 2007). En un experimento de juego en el laboratorio, los gemelos idénticos tuvieron el doble de probabilidad de cooperar con su gemelo para obtener ganancias compartidas en juegos de dinero en comparación con los gemelos fraternos (Segal y Hershberger, 1999).

selección de parentesco
La idea de que la evolución seleccionó el altruismo hacia los familiares cercanos para mejorar la supervivencia de los genes mutuamente compartidos.

El principio de la selección de parentesco implica que la naturaleza (al igual que la cultura) nos programa para cuidar de los parientes cercanos. Cuando Carlos Rogers del equipo de baloncesto de la NBA, los Raptors de Toronto, se ofreció a terminar con su carrera y donar un riñón a su hermana (quien murió antes de poder recibirlo), la gente aplaudió el amor que lo conducía al sacrificio personal. Pero tales actos entre familiares cercanos no son totalmente inesperados. Lo que no esperamos (y, en consecuencia, enaltecemos) es el altruismo de aquellos que se arriesgan para salvar a un desconocido.

Asimismo, en la historia evolutiva, los genes se compartían más con los vecinos que con los extranjeros. En las postrimerías de los desastres naturales y otras situaciones de vida y muerte, el orden en que se determina quién recibe la ayuda no sorprendería a un psicólogo evolutivo: los niños antes que los ancianos, los familiares antes que los amigos, y los vecinos antes que los desconocidos (Burnstein et al., 1994; Form y Nosow, 1958). Sentimos más empatía por una persona angustiada o torturada dentro de nuestro endogrupo e incluso nos provoca *Schadenfreude* (placer secreto frente al infortunio ajeno) cuando se trata de los rivales o de los miembros de exogrupos (Batson et al., 2009; Cikara et al., 2011; Tarrant et al., 2009). La ayuda se mantiene cerca de casa.

"Digamos que usted pasa junto a un estanque y ve a un bebé que se está ahogando. Si dijera: 'Acabo de pagar 200 dólares por estos zapatos y el agua los echará a perder; entonces no voy a salvar al bebé', usted sería una persona espantosa y terrible. Pero hay tres millones de niños en todo el mundo que están en la misma situación en la que un poco de dinero para medicinas o alimentos salvaría sus vidas. Y, sin embargo, no nos consideramos como monstruos por ir a esa cena en lugar de donar el dinero a Oxfam. ¿Por qué es así?"

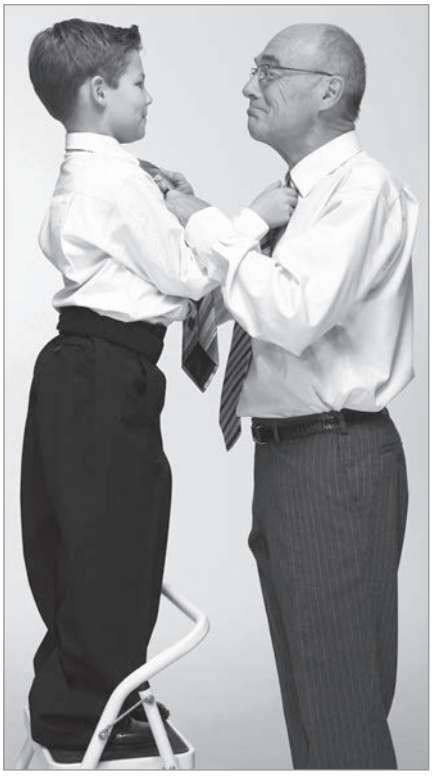
—Filósofo y psicólogo Joshua Green, citado por C. Zimmer en "La neurobiología y el yo", 2005.

Algunos psicólogos evolutivos señalan que la selección de parentesco predispone al favoritismo dentro del endogrupo étnico, que es la raíz de incontables conflictos históricos y contemporáneos (Rushton, 1991). E. O. Wilson (1978) señaló que la selección y el parentesco es "el enemigo de la civilización. Si a los seres humanos les guía en gran medida [...] favorecer a sus propios familiares y a su tribu, solo es posible una cantidad limitada de armonía global" (p. 167).

Reciprocidad

El interés propio de naturaleza genética también predice la reciprocidad. El biólogo Robert Trivers afirmaba que un organismo ayuda a otro porque espera recibir ayuda a cambio (Binham, 1980). El dador espera ser después el receptor. La incapacidad para retribuir recibe castigo. La gente desprecia al estafador, al convenenciero y al traidor.

La reciprocidad funciona mejor en grupos pequeños y aislados en los que con frecuencia se verá a la gente a la que uno le hace favores. Las hembras sociables de los babuinos, aquellas que acicalan y se mantienen en estrecho contacto con sus pares, adquieren una ventaja reproductiva: es más frecuente que sus crías lleguen al primer año (Silk et al., 2003). Si un murciélago vampiro pasó un día o dos sin alimentos, un compañero bien alimentado de su nido regurgitará comida para darle de comer (Wilkinson, 1990). El murciélago donador lo hace de forma voluntaria, perdiendo menos horas antes de llegar a la inanición de las que gana el receptor. Pero tales favores ocurren solo entre compañeros de nido que tienen relaciones familiares y que comparten este tipo de toma y daca. Aquellos que siempre reciben, pero nunca dan, y aquellos que no tienen relación con el murciélago donador, se quedarán hambrientos. Tener amigos es conveniente.



Reciprocidad: si me ayudas, te ayudaré.
©Westend61/SuperStock

Por razones similares, la reciprocidad entre los humanos es más firme en los pueblos rurales que en las grandes ciudades. Las escuelas, pueblos, iglesias, equipos de trabajo y dormitorios estudiantiles pequeños conducen, en todos los casos, a un espíritu comunitario en el que las personas cuidan unas de otras. En comparación con la gente de pueblos pequeños o ambientes rurales, aquellos en las grandes ciudades están menos dispuestos a retrasmitir un mensaje por teléfono, tienen menos probabilidad de reenviar cartas "perdidas", cooperan menos con los encuestadores, son menos atentos con un niño perdido y están menos dispuestos a hacer pequeños favores (Hedge y Yousif, 1992; Steblay, 1987).

Selección de grupo

Si el interés propio individual inevitablemente gana en la competencia genética, entonces ¿por qué ayudamos a los desconocidos? ¿Por qué ayudaremos a personas cuyos recursos o habilidades limitados impiden que nos retribuyan? ¿Y qué causa que los soldados se lancen sobre las granadas? Una respuesta, que al inicio favoreció Darwin, *es la selección de grupo*: los grupos de altruistas que se apoyan en forma mutua viven más tiempo que los grupos de no altruistas (Krebs, 1998; McAndrew, 2002; Wilson, 2015). Esto se observa de manera más espectacular entre los insectos sociales, que funcionan como las células de un organismo. Las abejas y las hormigas se sacrificarán trabajando para que su colonia sobreviva.

A un grado mucho menor, los humanos exhiben lealtad de endogrupo sacrificándose para apoyar a los "nuestros" y, a veces, en contra de "los otros". Somos como los empleados que compiten entre sí para avanzar por el escalafón corporativo, al mismo tiempo que cooperamos para permitir que sus empresas superen a los competidores (Nowak, 2012). En consecuencia, la selección natural es "multinivel", según dicen algunos investigadores (Mirsky, 2009). Opera a los niveles *tanto* individual *como* grupal.

Donald Campbell (1975a, b) ofreció otra base para el altruismo sin reciprocidad: las sociedades humanas desarrollaron reglas éticas y religiosas que sirven como un freno para el sesgo biológico hacia el interés personal. Los mandamientos como "amarás a tu prójimo como a ti mismo" nos aconsejan equilibrar la preocupación acerca de uno mismo con la preocupación por el grupo y, en consecuencia, contribuyen a la supervivencia del grupo. Richard Dawkins (1976) ofreció una conclusión similar: "tratemos de *enseñar* generosidad y altruismo, porque nacemos egoístas. Entendamos qué pretenden nuestros genes egoístas, porque entonces es posible que al menos tengamos la posibilidad de vencer sus designios, algo a lo que ninguna otra especie ha aspirado alguna vez" (p. 3).

"De la misma manera que se dice que la naturaleza aborrece el vacío, también aborrece el verdadero altruismo. Por otro lado, la sociedad lo adora".

—David Barash, "The Conflicting Pressures of Selfishness and Altruism", 2003

COMPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS TEORÍAS SOBRE LA AYUDA

Para este momento, es posible que haya notado semejanzas entre las perspectivas del intercambio social, de la norma social y de la evolución acerca del altruismo. Como se muestra en el **cuadro 12.1**, cada una propone dos tipos de comportamiento prosocial: un intercambio recíproco de pagar con la misma moneda y un desprendimiento incondicional. Presentan tres niveles complementarios

CUADRO 12.1 Comparación de las teorías sobre el altruismo

¿Cómo se explica el altruismo?

Teoría	Nivel de explicación	Ayuda recompensada de forma externa	Ayuda intrínseca
Intercambio social	Psicológico	Recompensas externas para la ayuda	Angustia → recompensas internas de ayudar
Normas sociales	Sociológico	Norma de reciprocidad	Norma de responsabilidad social
Evolutiva	Biológico	Reciprocidad	Selección de parentesco

de explicación. Si la perspectiva evolutiva está en lo correcto, entonces nuestras predisposiciones genéticas *deberían* manifestarse en fenómenos psicológicos y sociológicos.

Cada teoría apela a la lógica. Sin embargo, cada una es vulnerable a acusaciones de ser especulativa y *a posteriori*. Cuando empezamos con un efecto conocido (el toma y daca de la vida cotidiana) y lo explicamos conjeturando un proceso de intercambio social, una norma de reciprocidad o un origen evolutivo, podría ser simplemente que estemos explicando mediante la asignación de un nombre. El argumento de que un comportamiento ocurre debido a su función para la supervivencia es difícil de contradecir. Al analizar *a posteriori*, es fácil pensar que así deben ser las cosas. Si podemos explicar *cualquier* comportamiento concebible después de ocurrir, ya sea como resultado del intercambio social, de una norma o de la selección natural, entonces no podemos refutar las teorías. Por consecuencia, la tarea de cada teoría es generar predicciones que nos permitan ponerlas a prueba.

Una teoría eficaz también provee un esquema congruente para resumir una variedad de observaciones. Según este criterio, nuestras tres teorías sobre el altruismo alcanzan altas calificaciones. Cada una nos ofrece una perspectiva amplia que ilustra tanto los compromisos duraderos como la ayuda espontánea.

ALTRUISMO GENUINO

En mi [DM] pueblo de Holland, Michigan, existe una empresa con varios miles de empleados que, durante el último medio siglo, donó anualmente 10% de sus ganancias brutas con una condición: el regalo siempre era anónimo. En 2005, los donantes anónimos en la cercana Kalamazoo se comprometieron a cubrir los costos de la universidad pública o de la universidad comunitaria en Michigan, que iban de 65% a 100%, dependiendo de la duración de residencia, para *todos* los estudiantes graduados de escuelas públicas. ¿Tales benefactores anónimos, junto con los héroes que salvan vidas, las personas que a diario donan sangre y los voluntarios del Cuerpo de Paz, están motivados por una meta última de preocupación altruista por los demás? ¿O su meta última es alguna forma de beneficio propio, como ganar una recompensa, evitar el castigo y la culpa, o aliviar la angustia?

Abraham Lincoln ilustró el problema filosófico mientras conversaba con otro pasajero en un carruaje tirado por caballos. Luego de que Lincoln afirmó que el egoísmo impulsa todas las buenas acciones, se percató de una cerda que chillaba de forma espantosa. Sus crías habían caído en un estanque pantanoso y estaban en peligro de ahogarse. Lincoln pidió que se detuviera el carruaje, saltó de él, corrió y recogió a los cerditos para ponerlos en sitio seguro. Al regresar, su acompañante señaló: "muy bien, Abe, ¿en dónde está el egoísmo en ese pequeño episodio?". Lincoln le contestó: "bendito seas, Ed, pero eso es la esencia misma del egoísmo. No hubiera estado en paz todo el día si me hubiera ido y dejado a esa pobre cerda preocupándose por sus cerditos. Lo hice por tener paz mental" (Batson et al., 1986). Hasta fechas recientes, los psicólogos hubieran estado del lado de Lincoln.

La conducta de ayuda causa de manera tan confiable que los individuos generosos se sientan mejor que Daniel Batson (2011) dedicó gran parte de su carrera a discernir si la generosidad también contiene una veta de altruismo genuino. Batson teorizó que nuestra disposición a ayudar tiene influencia tanto de consideraciones interesadas como generosas (**figura 12.4**). La angustia por el sufrimiento de alguien nos motiva a aliviar nuestra molestia, ya sea escapando de la situación angustiante (como el sacerdote y el Levita) o ayudando (como el samaritano o como Lincoln). Tanto Batson como un equipo de investigadores del tema del apego, conducidos por Mario Mikulincer (2005), señalan que, en especial cuando tenemos un apego seguro con alguien, también sentimos **empatía**. Los padres amorosos sufren cuando sus hijos sufren, y se regocijan con las dichas de sus hijos.

empatía
La experiencia vicaria de los sentimientos ajenos; ponerse en los zapatos del otro.

Cuando sentimos empatía, no nos enfocamos tanto en nuestra propia angustia como en la de la persona que sufre. La piedad y compasión genuinas nos motivan a ayudar a los demás en beneficio de ellos. Cuando evaluamos el bienestar del otro, percibimos que la persona está necesitada y asumimos su perspectiva, sintiendo preocupación empática (Batson et al., 2007). Cuando las personas empáticas se identifican con la angustia de alguien más, quieren ayudarle; cuando se identifican con las emociones positivas del otro, también quieren ayudarle a sentirse más feliz, el enfoque de los "actos fortuitos de generosidad" acerca del altruismo (Andreychik y Migliaccio, 2015).

Para aumentar la empatía, es útil recibir una pequeña dosis de lo que el otro siente. Una técnica específica de tortura se vuelve menos aceptable cuando las personas experimentan aunque sea una

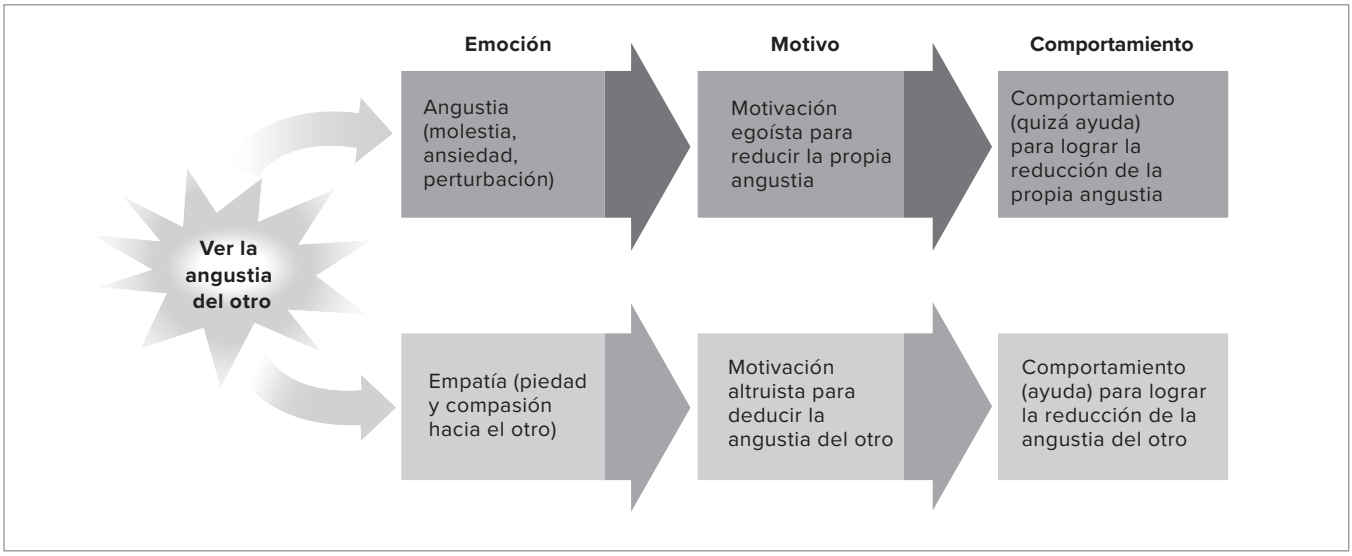


FIGURA 12.4

Rutas egoísta y altruista hacia la ayuda

Ver la angustia del otro puede evocar una combinación de angustia por uno mismo y empatía hacia el otro. Los investigadores concuerdan en que la angustia estimula los motivos egoístas. Pero debaten si la empatía puede estimular un motivo altruista puro.
Fuente: Adaptado de Batson et al., 1987.

pequeña dosis de ella. Por ejemplo, se vuelve más probable que la gente diga que, en efecto, la privación extrema de sueño es una tortura cuando ellos mismos están privados de sueño (Nordgren et al., 2011).

En los seres humanos, la empatía ocurre de forma natural. Incluso los lactantes de un día de nacidos lloran más cuando escuchan que otro bebé llora (Hoffman, 1981). En los cuneros de los hospitales, el llanto de un bebé evoca a veces un coro de llantos. Después de observar que un adulto desconocido tira de manera accidental un marcador o una pinza de ropa y tiene problemas para alcanzarla, la mayoría de los lactantes de 18 meses darán con facilidad su ayuda (Tomasello, 2009). Los niños de dos años presentan estimulación cuando observan a alguien que necesita ayuda (Hepach et al., 2012). Y con los niños de seis a nueve años, mientras mayor es su empatía, mayor es su disposición a ayudar (Li et al., 2013). Para algunos, todo esto sugiere que los humanos están programados para la empatía.

¿El altruismo genuino motiva a un educador de salud que dirige una clase de ejercicio para los niños en Uganda? Daniel Batson cree que así podría ser.
©Laura Myers

Los primates, elefantes, perros, ratas e incluso los ratones, también muestran empatía, lo cual indica que los elementos fundamentales del altruismo preceden a la humanidad (De Waal, 2014a, b; Langford et al., 2006). Los chimpancés comparten racimos de plátano o eligen una ficha que les proporcione un premio de comida para ellos mismos y para otro chimpancé, en lugar de una ficha que los gratifique solo a ellos (Horner et al., 2011; Schmeltz et al., 2018).

Para separar la reducción de la angustia egoísta del altruismo basado en la empatía, el grupo de investigación de Batson llevó a cabo estudios que estimularon la empatía. Luego, los investigadores señalaron si las personas estimuladas reducirían su propia angustia evadiéndose de la situación, o si se esforzarían en ayudar a la persona. Los resultados fueron consistentes: cuando se estimuló su empatía, la gente por lo regular dio su ayuda.

En uno de estos experimentos, Batson y sus colaboradores (1981) pidieron a las mujeres de la Universidad de Kansas que observaran a una joven que sufría mientras supuestamente recibía choques eléctricos. Durante una pausa en el experimento, la víctima, muy alterada, le explicaba al experimentador que, en su infancia, una caída contra una cerca eléctrica la volvió

muy sensible a los choques. El experimentador sugirió que quizá la observadora (la participante real en el experimento) podría intercambiar de lugar y recibir los choques restantes en lugar de ella. Antes, a la mitad de estas participantes reales se les había hecho creer que la persona que sufría era similar a ellas en valores e intereses (estimulando con ello su empatía). Asimismo, a algunas de ellas se les hizo creer que su parte del experimento había terminado, de modo que, en cualquier caso, habían concluido con su observación de la mujer que sufría. Sin embargo, al estimular su empatía, casi todas se ofrecieron de manera voluntaria a sustituir a la víctima.

"La medida de nuestro carácter es lo que haríamos si nunca se supiera".

—Atribuido y parafraseado del historiador británico Thomas Macaulay (1800-1859)

¿Este es altruismo genuino? Mark Schaller y Robert Cialdini (1988) lo dudaron. Señalaron que sentir empatía por una persona que sufre provoca tristeza. En uno de sus experimentos, hicieron creer a las personas que su tristeza se aliviaría con un tipo diferente de experiencia para levantar el estado de ánimo: escuchar la grabación de una comedia. En tales condiciones, las personas que sintieron empatía no fueron en particular generosas. Schaller y Cialdini concluyeron que si sentimos empatía, pero sabemos que algo más nos hará sentir mejor, no tenemos tanta probabilidad de ayudar.

Pero otros hallazgos sugieren que el altruismo genuino sí existe: cuando se estimula su empatía, las personas ayudarán aunque crean que nadie sabrá que lo están haciendo. Su preocupación continúa hasta que alguien *ha* recibido ayuda (Fultz et al., 1986). Si sus esfuerzos de ayudar no tienen éxito, se sienten mal aunque la falla no sea su culpa (Batson y Weeks, 1996). Y, a veces, la gente persistirá en su deseo de ayudar a una persona que sufre, aunque crean que su angustia se debe a un fármaco "que altera su estado de ánimo" (Schroeder et al., 1988).

Después de 25 experimentos de este tipo, que examinan el egoísmo en comparación con la empatía altruista, Batson (2001, 2006, 2011) y otros (Dovidio, 1991; Staub, 2015; Stocks et al., 2009) creen que a veces la gente sí se enfoca en el bienestar de los demás y no en el suyo. Batson, quien antes fue estudiante de filosofía y teología, empezó su investigación sintiéndose "emocionado de pensar que si podíamos determinar que las reacciones de preocupación de la gente son genuinas, y no solo una forma sutil de egoísmo, entonces podríamos iluminar un problema básico concerniente a la naturaleza humana" (1999a). Dos décadas después, cree tener su respuesta: que "el altruismo (genuino) inducido por la empatía es parte de la naturaleza humana" (1999b). Además, señala que eso eleva la esperanza, confirmada por la investigación, de que inducir empatía podría mejorar las actitudes hacia las personas estigmatizadas: individuos con sida, indigentes, personas encarceladas y otras minorías. (Vea "Enfoque: Los beneficios, y costos, del altruismo inducido por la empatía").

"En mi opinión, existen dos grandes fuerzas de la naturaleza humana: el egoísmo y la preocupación por los otros".

—Bill Gates, *A New Approach to Capitalism in the 21st Century*, 2008

Enfoque

Los beneficios y costos del altruismo inducido por la empatía

La gente hace la mayoría de las cosas que hace, incluyendo gran parte de lo que le hacen a los demás, en beneficio propio, reconoce el investigador del altruismo, Daniel Batson (2011). Pero considera que el egoísmo solo es una pieza en la comprensión de la ayuda; también existe el altruismo genuino que tiene su origen en la empatía, en sentimientos de piedad y compasión por el bienestar de los demás. Somos criaturas mayormente sociales. Considere lo siguiente:

El altruismo inducido por la empatía

- *Produce ayuda sensible*. Cuando existe empatía, la intención no es lo único que cuenta, sino aliviar el sufrimiento del otro.
- *Inhibe la agresión*. Muéstrele a Batson una persona que sienta empatía por el objetivo de una agresión potencial y él le mostrará a alguien que tiene pocas probabilidades de favorecer un ataque: alguien que tiene tantas probabilidades de perdonar como de albergar enojo. En general, las mujeres reportan más sentimientos de empatía que los hombres, y es menos probable que apoyen la guerra y otras formas de agresión (Jones, 2003).
- *Aumenta la cooperación*. En experimentos de laboratorio, Batson y Nadia Ahmad encontraron que las personas en conflicto potencial son más confiadas y cooperativas cuando sienten empatía por el otro. Personalizar a un exogrupo dando a conocer a las personas dentro de él, ayuda a la gente a entender su perspectiva.
- *Mejora las actitudes hacia los grupos estigmatizados*. Si asume la perspectiva de los otros y se permite sentir lo que ellos sienten, es posible que dé más apoyo a otras personas parecidas a ellos (los indigentes, las personas con sida o, incluso, los criminales convictos).

Pero el altruismo inducido por empatía tiene sus dificultades, señalan Batson y colaboradores.

- *Puede ser dañino*. Las personas que arriesgan su vida en beneficio de otros a veces la pierden. La gente que busca hacer el bien también puede causar daño, ya que en ocasiones humillan y desmotivan al receptor de manera no intencional.
- *No puede resolver todas las necesidades*. Es más fácil sentir empatía por un individuo necesitado que, digamos, por la Madre Tierra, cuyo ambiente sufre del despojo y calentamiento a un grado que es un peligro para nuestros descendientes.
- *Es agotador*. Sentir el dolor ajeno es doloroso, lo cual puede causar que evitemos situaciones que evocan nuestra empatía, o que experimentemos "agotamiento" o "fatiga de compasión".
- *Puede alimentar el favoritismo, la injusticia, la indiferencia hacia el bien común más amplio* (Decety y Cowell, 2014). La empatía, al ser particular, induce parcialidad, hacia un solo niño, familia o mascota. Cuando se estimula su empatía por alguien, la gente violará sus propias normas de equidad y justicia dándole un trato favorecido a esa persona (Batson et al., 1997; Oceja, 2008). Por ejemplo, la gente dona dinero a un niño necesitado si ve su nombre y fotografía, aunque eso signifique dar menos a ocho niños de quienes no se conoce su nombre ni su rostro (Kogut y Ritov, 2005). De forma irónica, señalan Batson y colaboradores (1999), el altruismo inducido por la empatía quizá "plantee una amenaza potencial para el bien común [al conducirme] al reducir el centro de mi preocupación a aquellos que me importan en especial, el amigo necesitado, y, al hacerlo, perder de vista a la multitud sufriente". No es sorpresa que con tanta frecuencia la caridad se mantenga cerca de casa. En lugar de ello, autores como Paul Bloom (2016) sugieren una estrategia de "compasión racional" que ayude a otros de manera más equitativa.

EN RESUMEN: ¿Por qué ayudamos?

- Tres teorías explican el comportamiento de ayuda. La *teoría del intercambio social* supone que la ayuda, como los demás comportamientos sociales, está motivada por un deseo de maximizar las recompensas, que pueden ser externas o internas. De este modo, después de una mala acción, es frecuente que la gente esté más dispuesta a ofrecer ayuda. Las personas tristes, pero no deprimidas, también tienden a ayudar a los demás. Las personas felices son serviciales. Las normas sociales también obligan a ayudar. La *norma de la reciprocidad* nos estimula a ayudar a quienes nos han ayudado. La *norma de responsabilidad social* nos llama a ayudar a los necesitados, aunque no puedan retribuirnos, en tanto lo merezcan. Las mujeres en crisis, en parte debido a que tal vez parezcan más necesitadas, reciben más ofrecimientos de ayuda que los varones, en especial por parte de los hombres.
- La psicología evolutiva supone la existencia de dos tipos de ayuda: devoción a los parientes y reciprocidad. Sin embargo, la mayoría de los psicólogos evolutivos creen que los genes de los individuos egoístas tienen mayor probabilidad de sobrevivir que los genes de los individuos que se sacrifican. De modo que el egoísmo es nuestra tendencia natural y, por ende, la sociedad debe enseñar la conducta de ayuda.
- Podemos evaluar estas tres teorías según los modos en que caracterizan el comportamiento prosocial con base en un intercambio que espera retribución, disposición incondicional a ayudar, o ambas. Puede criticarse a cada una de ellas por utilizar un razonamiento especulativo y *a posteriori*, pero sí proporcionan un esquema congruente para resumir las observaciones del comportamiento prosocial.
- Además de que la ayuda esté motivada por recompensas externas o internas, y la evitación del castigo o la angustia, también parece existir un altruismo genuino, basado en la empatía. Cuando se estimula su *empatía*, muchas personas están motivadas a asistir a otras personas necesitadas o angustiadas, aunque su ayuda sea anónima o su propio estado de ánimo no se vea afectado.

¿CUÁNDO AYUDAREMOS?

Identifique las circunstancias que impulsan a la gente a ayudar, o a no hacerlo. Explique cómo y por qué la ayuda está bajo la influencia del número y comportamiento de otros espectadores, de los estados de ánimo, y de los rasgos y valores.

El 13 de marzo de 1964, Kitty Genovese, una mujer de 28 años, gerente de un bar, fue atacada a cuchilladas por un hombre cuando regresaba de su trabajo a su departamento en Queens, Nueva York, a las tres de la mañana. Sus gritos de terror y ruegos de ayuda: "¡Dios mío, me acuchilló! ¡Por favor, ayúdenme! ¡Por favor, ayúdenme!", despertaron a sus vecinos. Supuestamente, algunos se acercaron a sus ventanas y vieron por breves momentos al atacante que se iba y que luego regresaba para reanudar la agresión. No fue sino hasta que el atacante se fue por segunda vez que alguien llamó a la policía. Poco después, Kitty murió.

Inacción del espectador. ¿Qué influye en nuestras interpretaciones de una escena como esta y en nuestras decisiones de ayudar o de no hacerlo?
©Janine Wiedel Photolibrary/Alamy Stock Photo

Algunos análisis posteriores negaron el informe inicial del *New York Times* acerca de que 38 testigos observaron el asesinato y, no obstante, permanecieron inactivos (con probabilidad fue una docena y dos de ellos sí llamaron a la policía) (Cook, 2014; Pelonero, 2014). Sin embargo, la historia inicial ayudó a inspirar la investigación sobre la inacción del espectador, que se ilustra en otros incidentes. Eleanor Bradley se tropezó y se rompió una pierna mientras estaba de compras. Aturdida y con dolor, rogaba ayuda. Durante 40 minutos, el flujo de peatones por la acera solo se abría y seguía pasando a su lado. Al final, un taxista le ayudó a llegar a un médico (Darley y Latané, 1968). En marzo de 2017, un grupo de hombres de Chicago utilizó Facebook para transmitir en vivo su violación tumultuaria de una chica de 15 años. Cuarenta personas lo vieron en tiempo real, pero nadie llamó a la policía (Haberman, 2017).

Lo único que se necesita para el triunfo del mal es que los hombres buenos no hagan nada.

—Atribuido al reverendo Charles F. Aken y a Edmund Burke.

O consideremos cómo respondería usted si viera que alguien se cae a las vías desde el andén del metro mientras se acerca el tren. ¿Reaccionaría como aquellos que en 2012 estaban en el andén atiborrado del metro en Nueva York y no hicieron nada cuando alguien empujó a un hombre a las vías, donde un tren lo mató? ¿O haría lo mismo que David Capuzzo, quien en 2017 vio que un hombre caía a las vías y saltó para ayudarlo? Después, Capuzzo dijo que recordaba el viejo anuncio de servicio público que evoca el caso de Kitty Genovese: "veinte personas están pensando que alguien más llamó para informar sobre la fuga de gas" (Wilson, 2017).

Los psicólogos sociales tenían curiosidad y preocupación acerca de la inacción de los espectadores, de modo que emprendieron experimentos para identificar cuándo es que la gente ayudará en una urgencia. Después ampliaron su pregunta a "¿quién tiene probabilidades de ayudar en situaciones que no son urgencias, con acciones tales como regalar dinero, donar sangre o contribuir con su tiempo?" Vemos lo que hemos descubierto, examinando primero las *circunstancias* que aumentan la conducta de ayuda y, luego, las *personas* que ayudan.

NÚMERO DE ESPECTADORES

La pasividad del espectador durante las urgencias impulsó a los comentaristas sociales a lamentarse por la "enajenación", "apatía", "indiferencia" e "impulsos sádicos inconscientes" de la gente. Al atribuir la falta de intervención a las disposiciones de los espectadores, podemos tranquilizarnos de que, como personas atentas, nosotros sí hubiéramos ayudado. ¿Pero los espectadores eran individuos tan inhumanos?

Los psicólogos sociales Bibb Latané y John Darley (1970) no estaban convencidos (vea Detalles de la historia: John M. Darley habla de las reacciones del espectador). Escenificaron ingeniosas urgencias y descubrieron que un solo factor situacional, la presencia de otros espectadores, reducía en gran medida la intervención. Para 1980, habían realizado cuatro docenas de experimentos que comparaban la ayuda prestada por los espectadores que se percibían ya fuera como solos o como acompañados por otros. Era igual de probable que una persona recibiera ayuda de un espectador

solitario que cuando la observaban varios espectadores (Latané y Nida, 1981; Stalder, 2008). De igual manera, en las comunicaciones por la internet, las personas tienen mayor probabilidad de responder de manera servicial a una solicitud de ayuda (como la de alguien que busca el vínculo a la biblioteca del campus) si creen que la solicitud les llega solo a ellos y no también a varias otras personas (Blair et al., 2005).

Detalles DE LA HISTORIA

John M. Darley habla de las reacciones del espectador

Conmocionados por el asesinato de Kitty Genovese, Bibb Latané y yo nos reunimos a cenar y empezamos a analizar las reacciones de los espectadores. Por ser psicólogos sociales, no pensamos en los defectos de personalidad de los individuos "apáticos", sino en por qué cualquiera en esa situación podría reaccionar como lo hizo esa gente. Para cuando terminamos de cenar, habíamos formulado diversos factores que, en conjunto, podían conducir a un resultado sorprendente: que nadie ayuda. Luego nos dispusimos a llevar a cabo experimentos que aislaran cada factor y demostraran su importancia en una situación de urgencia.

John M. Darley
Universidad Princeton
Cortesía de John M. Darley, Princeton University.

A veces, la víctima tenía, de hecho, menos probabilidad de recibir ayuda cuando mucha gente estaba alrededor. Cuando Latané, James Dabbs (1975) y 145 colaboradores dejaron caer "accidentalmente" monedas y lápices en 1 497 recorridos en elevador, recibieron ayuda 40% de las veces cuando solo los acompañaba una persona y menos de 20% cuando había seis pasajeros en el elevador. En un metaanálisis de 105 estudios, la presencia de más personas durante situaciones cruciales redujo las probabilidades de que la gente ayudara (Fischer et al., 2011). Incluso los niños desde los cinco años tienen menor probabilidad de ayudar cuando hay otros niños presentes (Plötner et al., 2015).

¿Por qué la presencia de otros espectadores inhibe en ocasiones la ayuda? Latané y Darley conjeturaron que a medida que aumenta el número de espectadores cualquier espectador específico tiene menos probabilidad de *notar* el incidente, menos probabilidad de *interpretar* ese incidente como un problema o urgencia, y menos probabilidad de *asumir responsabilidad* de llevar a cabo una acción (**figura 12.5**).

Notar

Veinte minutos después de que Eleanor Bradley cayó y se rompió la pierna en una atiborrada acera de la ciudad, usted pasa caminando. Sus ojos están colocados en la espalda de los peatones que están frente a usted (es de mala educación mirar de forma fija a los que usted rebasa) y sus pensamientos están puestos en los sucesos del día. En consecuencia, ¿tendría menos probabilidad de notar a la mujer lesionada que si la acera estuviera virtualmente desierta?

Para averiguarlo, Latané y Darley (1968) les pidieron a algunos hombres de la Universidad de Columbia que respondieran un cuestionario en una habitación, ya fuera a solas o con dos desconocidos. Mientras trabajaban (y se les observaba en una cámara de Gesell), se escenificaba una urgencia: empezaba a entrar humo a través de un conducto de ventilación en la pared. Los estudiantes solitarios, que a menudo paseaban de forma distraída la vista por la habitación mientras trabajaban, notaron el humo casi de inmediato, en general, en menos de cinco segundos. Aquellos en grupos mantuvieron la vista en su trabajo y por lo regular necesitaron 20 segundos para percatarse del humo.

Interpretación

Una vez que notamos un suceso ambiguo, debemos interpretarlo. Piense en usted mismo en una habitación que se llena de humo. Aunque se preocupa, no quiere ponerse en vergüenza pareciendo

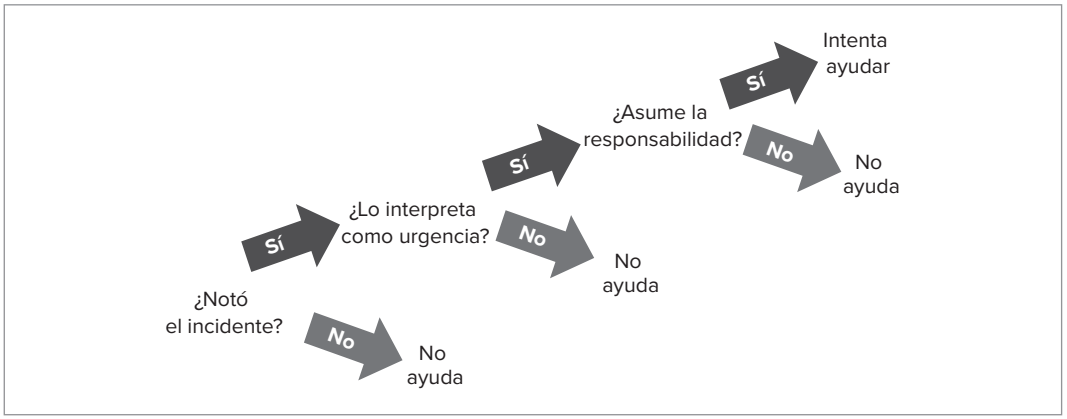


FIGURA 12.5
Árbol de decisión de Latané y Darley
Solo una de las ramas conduce a la ayuda. En cada intersección del camino, la presencia de otros espectadores puede desviar a la persona por una rama que se dirige a no prestar ayuda.
Fuente: Adaptado de Darley y Latané, 1968.

nervioso. Mira a los demás, que parecen tranquilos e indiferentes. Al suponer que todo debe estar bien, se encoge de hombros y sigue trabajando. Luego, uno de los otros nota el humo y al ver que usted parece no estar preocupado, reacciona de manera similar. Este es otro ejemplo de la influencia informativa. Cada persona utiliza el comportamiento de los demás como indicio de la realidad. Tales interpretaciones equivocadas pueden contribuir a una demora en la respuesta a incendios reales en oficinas, restaurantes y otros entornos donde existe una ocupación múltiple (Canter et al., 1980).

¿Fuego o niebla? ¿Incendio forestal o quema controlada? Si viera esta escena desde la carretera, ¿llamaría a los servicios de urgencia si alguien más condujera por la misma carretera y no pareciera preocupado?
©WeatherVideoHD.TV

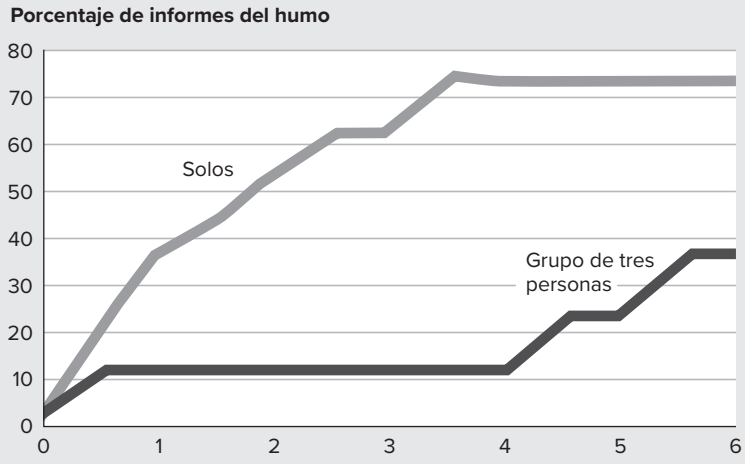
Las interpretaciones erróneas las alimentan lo que Thomas Gilovich, Kenneth Savitsky y Victoria Husted Medvec (1998) llaman la *ilusión de transparencia*: una tendencia a sobreestimar la capacidad de los demás para interpretar nuestros estados internos. En sus experimentos, la gente que enfrenta una urgencia supuso que su preocupación era más visible de lo que era en realidad. Nuestra preocupación o alarma son más veladas de lo que suponemos en general. Al estar tan agudamente conscientes de nuestras emociones, suponemos que son evidentes y que los otros podrán verlas sin dificultad. A veces, otras personas sí pueden interpretar nuestras emociones, pero a menudo, en efecto, guardamos las apariencias. El resultado es la ignorancia pluralista: ignorancia al creer que los otros están pensando y sintiendo como nosotros. En situaciones de urgencia, es posible que cada persona piense: "estoy muy preocupado", pero que perciba que los demás están tranquilos, "así que quizá no sea una urgencia".

Eso es lo que sucedió en el experimento de Latané y Darley. Cuando los que trabajaban solos notaban el humo, en general dudaban por un momento y luego se levantaban, iban hasta el conducto de ventilación, lo tocaban y olían, y sacudían el humo con la mano, dudaban de nuevo, y después iban a informar de ello. En un notable contraste, las personas en grupos de tres no se movían. Entre los 24 hombres de ocho grupos, solo una persona informó del humo en los primeros cuatro minutos (**figura 12.6**). Para el final del experimento de seis minutos, el humo era tan espeso que oscurecía su visión, y se frotaban los ojos y tosían. Aun así, en solo tres de los ocho grupos hubo siquiera una sola persona que fuera a avisar del problema.

De igual interés es que la pasividad del grupo afectó las interpretaciones de sus miembros. ¿Qué causó el humo? "Una fuga en el aire acondicionado". "Laboratorios de química en el edificio". "Tuberías de vapor". "Gas de la verdad". Nadie dijo: "un incendio". Los miembros del grupo, al servir como modelos de ausencia de respuesta, influyeron en la interpretación de la situación en los demás.

Este dilema experimental semeja los dilemas de la vida real que todos enfrentamos. ¿Los alaridos que se oyen afuera son de broma o son los gritos desesperados de alguien que está sufriendo un asalto? ¿Son chicos que se retan de forma amigable a una lucha o se trata de una pelea violenta?

FIGURA 12.6
Experimento del salón lleno de humo
Fue más probable que los individuos que trabajaban solos informaran del humo que entraba en la sala que en los grupos de tres personas.
Fuente: Datos de Darley y Latané, 1968.



¿La persona tirada junto a la puerta está dormida, drogada o gravemente enferma, quizá con un coma diabético? Con seguridad esa fue la pregunta que enfrentaron aquellos que pasaban junto a Hugo Alfredo Tale-Yax mientras estaba tirado en una acera de Queens, en Nueva York, con la cara contra el piso y desangrándose hasta morir por múltiples heridas de puñaladas. Un video de vigilancia mostró que durante más de una hora, la gente pasó junto al indigente, hasta que al final un transeúnte lo sacudió y lo volteó para revelar sus heridas (*The New York Times*, 2010).

efecto del espectador
El hallazgo de que una persona tiene menor probabilidad de ayudar cuando hay otros espectadores.

A diferencia del experimento del salón lleno de humo, cada una de estas situaciones cotidianas implica la necesidad desesperada de otra persona. En tales situaciones, ocurre un **efecto del espectador**: las personas tienen menor probabilidad de ayudar a alguien cuando están presentes otros espectadores. Latané y Judith Rodin (1969) escenificaron un experimento que trataba sobre una mujer angustiada. Una investigadora puso a un grupo de hombres de la Universidad de Columbia a trabajar en un cuestionario y luego salió por una puerta cubierta por una cortina para ir a trabajar a una oficina contigua. Cuatro minutos después, se le pudo escuchar (en una grabación) subiéndose a una silla para tomar algunos papeles. A esto le siguió un grito y un sonido estruendoso cuando la silla se rompió y ella cayó al piso. "Dios mío, mi pie... No... No... No puedo moverlo", sollozaba. "Ay... mi tobillo... no... puedo... quitarme esta cosa de encima". Solo después de dos minutos de gemidos logró salir por la puerta de la oficina.

Setenta por ciento de los individuos que estaban solos cuando escucharon el "accidente" entraron a la habitación o expresaron su ofrecimiento de ayuda. Aquellos que no hicieron nada en apariencia interpretaron la situación como no urgente. "Una torcedura leve", dijeron algunos. "No quise avergonzarla", explicaron otros. De nuevo, esto demuestra el efecto del espectador. A medida que aumenta el número de personas que se sabe que están conscientes de una urgencia, cualquier persona específica tiene menos probabilidad de ayudar. Para la víctima, un grupo más grande no aumenta las posibilidades de ayuda.

Las interpretaciones de la gente también afectan sus reacciones acerca de los delitos en la calle. Mediante la escenificación de peleas físicas entre un hombre y una mujer, Lance Shotland y Margaret Straw (1976) encontraron que los espectadores intervinieron en 65% de las ocasiones cuando la mujer gritó: "aléjate de mí; no te conozco", pero solo 19% de las veces cuando gritó: "aléjate de mí; no sé por qué me casé contigo". Al parecer, el abuso de un cónyuge despierta menos la intervención que el abuso a manos de un desconocido.

En tales situaciones peligrosas en las que está presente un perpetrador y la intervención implica el riesgo físico, el efecto del espectador es menor (Fischer et al., 2011). De hecho, a veces los espectadores proveen apoyo físico al intervenir. Esto se volvió trágico en forma evidente el 11 de septiembre, cuando los pasajeros, encabezados por Todd Beamer ("¡Vamos a darles!"), intervinieron de manera colectiva mientras cuatro secuestradores de al Qaeda conducían al vuelo 93 de United Flight hacia su presunto blanco en el Capitolio de Estados Unidos.

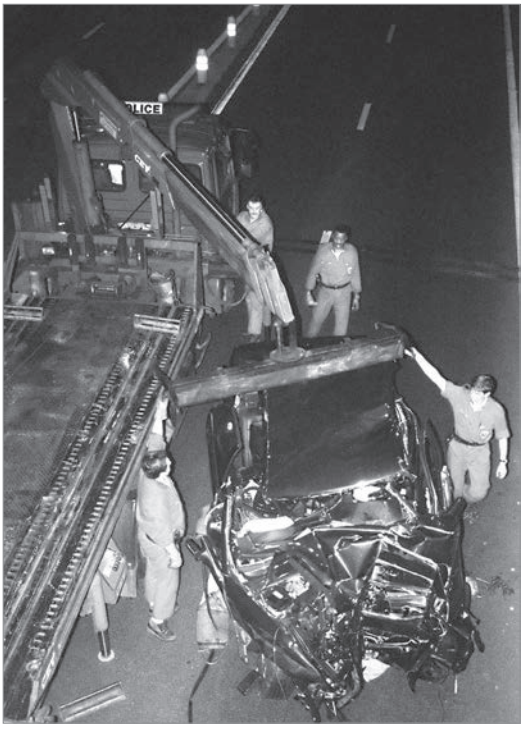
Asumir la responsabilidad

Las interpretaciones son importantes. ¿Este hombre dejó la llave dentro del coche o es un ladrón? Nuestra interpretación afecta nuestra respuesta.
©Peter Dazeley/Photographer's Choice/Getty Images

No percatarse de algo y malinterpretarlo no son las únicas causas del efecto del espectador. A veces la urgencia es obvia. Según los informes iniciales, aquellos que vieron y escucharon los ruegos de ayuda de Kitty Genovese interpretaron de manera correcta lo que pasaba. Pero las luces y siluetas en las ventanas vecinas les informaron que otros también estaban mirando. Eso dispersó la responsabilidad de la acción.

Pocos de nosotros hemos visto un asesinato. Pero de manera ocasional todos hemos sido lentos para reaccionar ante una necesidad cuando hay otras personas presentes. Al pasar junto a un conductor que se quedó detenido en una carretera muy transitada, tenemos menor probabilidad de ofrecer ayuda que si estamos en un camino vecinal. Para explorar la inacción del espectador en urgencias evidentes, Darley y Latané (1968) simularon el drama de Genovese. Colocaron a las personas en cuartos separados desde los cuales podían escuchar a una víctima que gemía pidiendo ayuda. Darley y Latané pidieron a algunos estudiantes de la Universidad de Nueva York que discutieran sus problemas con la vida universitaria a través de un intercomunicador en el laboratorio. Los investigadores les dijeron a los estudiantes que, para garantizar su anonimato, nadie estaría visible ni el experimentador podría escucharlos. Durante la discusión posterior, los participantes escucharon que una persona tenía una convulsión después de encender su micrófono. Con una intensidad y dificultad para hablar que aumentaban de manera progresiva, rogaba que alguien la ayudara.

De aquellos a los que se les hizo creer que no había otros oyentes, 85% salieron de la habitación para buscar ayuda. De aquellos que creían que otras cuatro personas también habían escuchado a la víctima, solo 31% fueron por ayuda. ¿Los que no respondieron fueron apáticos e indiferentes? Cuando el experimentador entró para concluir con el experimento, la mayoría expresaron de inmediato su preocupación. Creían que había ocurrido una situación de urgencia, pero estaban indecisos de actuar.



Difusión de la responsabilidad. Los nueve fotógrafos *paparazzi* en la escena inmediatamente después del accidente automovilístico mortal de la princesa Diana contaban con celulares. Solo uno llamó pidiendo ayuda. Casi todos dijeron que supusieron que "alguien más" ya había llamado (Sancton, 1997).
©Pierre Boussel/Getty Images

Después de los experimentos del salón lleno de humo, la mujer angustiada y la convulsión, Latané y Darley preguntaron a los participantes si la presencia de otros había influido en ellos. Sabemos que su presencia tuvo un efecto notable. Sin embargo, los participantes negaron casi de manera invariable esa influencia. Por lo regular respondieron: "estaba consciente de los otros, pero habría reaccionado igual si no hubieran estado allí". La respuesta refuerza una conclusión familiar: *A menudo no sabemos por qué hacemos lo que hacemos*. Esa es la razón por la que los experimentos son reveladores. Una encuesta con los espectadores no participativos después de una urgencia real hubiera ocultado el efecto del espectador.

En el capítulo "Conformidad y obediencia" señalamos otros ejemplos de la incapacidad de la gente para predecir sus propias acciones. Aunque los estudiantes universitarios predijeron que responderían con valor moral hacia los comentarios sexistas, hacia los epítetos raciales o al robo del teléfono de otras personas, pocos de sus compañeros de clase comparables lo hicieron (cuando se enfrentaron con las situaciones en sí). En consecuencia, se requiere de investigación para observar cómo se comportan de hecho las personas.

Los habitantes urbanos rara vez están solos en sitios públicos, lo cual sirve para explicar por qué las personas citadinas a menudo ayudan menos que la gente de campo. La "fatiga de la compasión" y la "sobrecarga sensorial" derivadas de encontrar a tantas personas necesitadas limitan de manera adicional la ayuda en las grandes ciudades en todo el mundo (Levine et al., 1994; Yousif y Korte, 1995). En las grandes ciudades, también es más frecuente que los espectadores no se conozcan entre sí, además de que el incremento en sus números disminuye la ayuda. Cuando los espectadores son amigos o personas que comparten una identidad grupal,

el aumento en la cantidad de personas incrementa de hecho la ayuda (Levine y Crowther, 2008). Cuando los estudiantes de pregrado en la universidad imaginaron ser testigos de que alguien llevaba a una mujer embriagada a una habitación durante una fiesta, estuvieron más dispuestos a intervenir cuando la mujer era su amiga y no una desconocida (Katz et al., 2015).

Los programas de capacitación también pueden cambiar las actitudes relacionadas con intervenir en situaciones de agresión o acoso sexuales (Katz y Moore, 2013). Como demostró el movimiento #MeToo que inició en 2017, con frecuencia el acoso sexual puede continuar durante años cuando los espectadores no hacen nada al respecto. Cuando los estudiantes universitarios aprendieron sobre cómo intervenir en esas situaciones a través de un programa de "Convocar a los espectadores", se volvieron más positivos en cuanto a inmiscuirse cuando eran testigos de comportamientos que podrían llevar a la violencia sexual (como al observar que un grupo de gente lleva a una persona borracha a uno de los dormitorios [Cares et al., 2015]). El mismo programa también fue eficaz en el ejército, donde los soldados tuvieron mayor probabilidad que un grupo control de llevar a cabo acciones para detener una agresión o acoso sexual (Potter y Moynihan, 2011).

Incluso cuando los espectadores no intervienen de manera directa, pueden hacer la diferencia al informar de inmediato del incidente, al interrumpir la interacción hablando con la víctima potencial, o solo causando una gran distracción. Un hombre en el metro de Nueva York usó la distracción con gran éxito: se paró entre un hombre y una mujer que peleaban, mientras masticaba de forma tranquila unas papas fritas, lo cual le ganó el apodo de "El comelón" (Dwyer, 2012).

En 2015, tres oficiales de policía de Nueva Orleáns presenciaron cómo su compañero oficial Alfred Moran golpeaba de forma repetida a un hombre esposado al que habían arrestado por estado de ebriedad. Los policías que fueron espectadores del hecho no hicieron nada para detener el incidente y no lo informaron a sus supervisores; dos de ellos, junto con Moran, fueron despedidos (Bullington, 2016). En respuesta a este y a otros incidentes, el Departamento de Policía de Nueva Orleáns empezó a educar a los policías acerca de la intervención del espectador, instruyéndolos sobre las técnicas para intervenir cuando sus compañeros pudieran estar al borde de la violencia (Robertson, 2016): una estrategia conocida como "espectadores activos" (Novotney, 2017). Pareció funcionar; cuando la policía de Nueva Orleáns confrontó a los manifestantes que gritaban para apoyar un monumento Confederado en 2017, los oficiales intervinieron cuando observaron que otro compañero estaba a punto de estallar en ira, informa el investigador del tema del altruismo, Ervin Staub, quien ayudó a diseñar la capacitación (Staub, 2018).

Los países también han sido espectadores, en este caso del genocidio. Ervin Staub (1997b) señaló: "con muchos actores potenciales, cada uno se siente menos responsable". En tanto que Peter Suedfeld (2000), quien como Staub es un sobreviviente del Holocausto que se convirtió en psicólogo, indica que la disolución de la responsabilidad explica por qué la mayoría de los europeos "permanecieron apáticos durante la persecución, remoción y asesinato de sus compatriotas judíos".

Repaso de la ética en la investigación

Estos experimentos destacan un asunto ético. ¿Es correcto forzar a personas inconscientes a escuchar la aparente caída de alguien? ¿Los experimentadores en el experimento de las convulsiones fueron éticos cuando obligaron a la gente a decidir si interrumpirían su discusión para informar del problema? ¿Usted objetaría estar en un estudio así? Note que hubiera sido imposible obtener su consentimiento informado, porque hacerlo habría destruido la simulación del experimento.

Los investigadores siempre tuvieron cuidado de informarles luego a los participantes. Después de explicar el experimento de las convulsiones, que con probabilidad es el más estresante, el experimentador les dio un cuestionario. Cien por ciento de los participantes dijeron que el engaño estaba justificado y que estarían dispuestos a formar parte de experimentos similares en el futuro. Ninguno informó sentirse molesto con el experimentador. Otros experimentadores confirman que la abrumadora mayoría de los participantes de tales experimentos dijeron que la experiencia fue tanto instructiva como éticamente justificable (Schwartz y Gottlieb, 1981). En experimentos de campo, un cómplice asistía a la víctima si nadie más lo hacía, con lo cual se tranquilizaba a los espectadores con el problema resuelto.

Recuerde que el psicólogo social tiene una obligación ética doble: proteger a los participantes y mejorar el bienestar humano al descubrir las influencias en el comportamiento. Tales descubrimientos nos pueden alertar de las influencias indeseables y mostrarnos cómo podríamos ejercer influencias positivas. El principio ético parece ser el siguiente: después de proteger el bienestar de los participantes, los psicólogos sociales cumplen con su responsabilidad ante la sociedad al proporcionarnos discernimientos sobre nuestra conducta.

AYUDAR CUANDO ALGUIEN MÁS LO HACE

Si la observación de modelos agresivos puede aumentar la agresión y si los modelos que no responden pueden aumentar la falta de respuesta, ¿los modelos que ayudan promoverán la ayuda?

Imagine que escucha un choque seguido de gemidos y lamentos. Si otro espectador dice: "Dios mío. ¡Es una urgencia! Tenemos que hacer algo", ¿eso estimularía que otras personas brinden su ayuda?
La evidencia es clara: los modelos prosociales sí promueven el altruismo. En varios estudios:

- los conductores de Los Ángeles tuvieron mayor probabilidad de ofrecer ayuda a una conductora que tenía una llanta baja si un 0.4 kilómetros (un cuarto de milla) antes habían visto que alguien ayudaba a otra mujer a cambiar una llanta (Bryan y Test, 1967). Bryan y Test también observaron que los compradores de regalos de Navidad en Nueva Jersey tuvieron mayor probabilidad de echar monedas en la alcancía del Ejército de Salvación si acababan de ver que alguien lo hacía.
- Los adultos británicos estuvieron más dispuestos a donar sangre si se les abordaba después de observar que otra persona consentía en donar (Rushton y Campbell, 1977).
- Observar la amabilidad y caridad humanas extraordinarias, como las presentamos en los ejemplos de altruismo heroico al principio del capítulo, a menudo detona lo que Jonathan Haidt (2003) denomina *elevación*, "un sentimiento peculiar de calidez y expansión en el pecho" que puede provocar escalofríos, lágrimas y contracción de la garganta. Es frecuente que esta elevación inspire a la gente a volverse más magnánima (Schnall et al., 2010).

Todo el mundo lo hace: ver que otra persona ayuda a menudo impulsa a la gente a ayudar.
©Jupiterimages/Brand X/Alamy Stock Photo

"En verdad, somos más de la mitad de lo que somos a través de la imitación. El propósito más importante es elegir buenos modelos y estudiarlos con cuidado".

—Lord Chesterfield, citado en *Cartas completas de Lord Chesterfield,* 1890

Sin embargo, las personas no siempre practican lo que predican. Es posible que los padres les digan a sus hijos: "haz lo que te digo, no lo que yo hago". Los experimentos muestran que los niños aprenden el juicio moral tanto de lo que escuchan cuando se les instruye como de aquello que ven que se practica (Rice y Grusec, 1975; Rushton, 1975). Cuando se les expone a los hipócritas, los imitan: *dicen* lo que el modelo *dice* y *hacen* lo que el modelo *hace*.

PRESIONES DE TIEMPO

Darley y Batson (1973) distinguieron otro determinante de la ayuda en la parábola del buen samaritano. El sacerdote y el levita eran, ambos, personas ocupadas e importantes que con probabilidad se apresuraban a cumplir con sus deberes. El humilde samaritano de seguro tenía menos presiones de tiempo. Para ver si las personas que llevan prisa se comportarían como el sacerdote y el levita, Darley y Batson escenificaron con gran astucia la situación que se describe en la parábola.

Después de ordenar sus pensamientos antes de grabar una breve charla extemporánea (que para la mitad de los participantes trataba de hecho acerca de la parábola del buen samaritano), se dirigió a los estudiantes del seminario teológico de Princeton a un estudio de grabación en un edificio contiguo. En camino, pasaron junto a un hombre que estaba sentado, desplomado contra el quicio de una puerta, con la cabeza baja, tosiendo y quejándose. A algunos de los estudiantes se les envió con tiempo de sobra: "pasarán unos cuantos minutos antes de que estén listos para recibirlos, pero vale la pena que se vayan de una vez". De ellos, casi dos terceras partes se detuvieron para dar su ayuda. A otros se les dijo: "ay, ya van tarde. Desde hace unos minutos que los están esperando... así que mejor apresúrense". De ellos, solo 10% ofreció su ayuda.

Al reflexionar sobre estos hallazgos, Darley y Batson señalaron que los participantes apresurados pasaron de largo junto a la persona en problemas, aunque iban en camino a "hablar de la parábola del buen samaritano, con lo cual inadvertidamente confirmaban el punto esencial de la parábola (de hecho, en varias ocasiones, ¡algún estudiante del seminario que iba a dar su charla sobre la parábola del buen samaritano literalmente pasó por encima de la víctima mientras caminaba con gran prisa!)".

¿Estamos siendo injustos con los seminaristas que, después de todo, corrían para *ayudar* al experimentador? Quizá sentían muy profundamente la norma de responsabilidad social, pero se encontraron en una situación que los ponía frente a dos opciones: hacia el experimentador y hacia

la víctima. En otra escenificación de la situación del buen samaritano, Batson y colaboradores (1978) dirigieron a 40 estudiantes de la Universidad de Kansas a un experimento que se llevaría a cabo en otro edificio. A la mitad se les dijo que iban retrasados y a la otra mitad se les dijo que tenían tiempo de sobra. La mitad de cada uno de estos grupos pensaba que su participación era de suma importancia para el experimentador, y la otra mitad pensaba que no eran esenciales. Los

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Semejanza del endogrupo y ayuda

La semejanza engendra el agrado y el agrado provoca la ayuda. De modo que, ¿las personas ofrecen más ayuda a quienes presentan semejanzas con ellos? Para explorar la relación entre semejanza y ayuda, Mark Levine, Amy Prosser y David Evans de la Universidad de Lancaster se unieron con Stephen Reicher de la Universidad St. Andrews (2005) para estudiar la conducta de los fanáticos del equipo de fútbol Manchester United. Inspirados en el famoso experimento del buen samaritano que realizaron John Darley y Daniel Batson (1973), dirigieron a cada estudiante participante recién llegado al laboratorio en un edificio adyacente. En el camino, un corredor cómplice del experimentador, que llevaba una camiseta del Manchester United o de su rival, el Liverpool, parecía tropezarse con un montículo de césped justo frente a ellos, se tomaba el tobillo y gemía con aparente dolor. Como indica la **figura 12.7**, los fanáticos del Manchester de manera rutinaria se detenían a ofrecerle ayuda a la persona que portaba la camiseta del Manchester, pero no le prestaban ayuda a un supuesto seguidor del Liverpool.

Los investigadores se preguntaron qué pasaría si les recordaban a los fanáticos del Manchester su identidad compartida con los seguidores del Liverpool como aficionados al futbol, en lugar de como fanáticos del equipo que les desagradaba. De modo que repitieron el experimento, pero con una diferencia. Antes de que los participantes atestiguaran la caída del corredor, los investigadores les explicaron que el estudio se refería a los aspectos positivos de ser fanáticos del futbol. En vista de que solo una pequeña minoría de aficionados son alborotadores, esta investigación tenía como objetivo explorar qué derivan los fanáticos de su amor por "ese hermoso juego". Ahora, el corredor que llevaba una camiseta de un club de fútbol, fuera el Manchester o el Liverpool, se convertía en "uno de nosotros, los aficionados". La **figura 12.8** indica que el corredor accidentado recibió ayuda sin importar el equipo que apoyara, y más que si tenía puesta una camiseta simple.

El principio en ambos casos es el mismo, indicaron los investigadores. Las personas están predispuestas a ayudar a los miembros de su mismo grupo, sea que se definan de manera más específica (como "nosotros, los seguidores del Manchester") o más inclusiva (como "nosotros, los fanáticos del fútbol"). Si incluso es posible persuadir a los seguidores de equipos rivales a ayudarse entre sí al pensar en aquello que los une, entonces con seguridad puede ocurrir también entre otros antagonistas. Una manera de aumentar la disposición de la gente a ayudar a los demás es promover las identidades sociales inclusivas, en lugar de exclusivas.

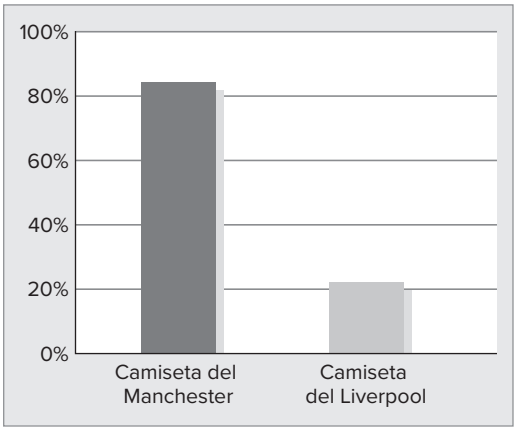


FIGURA 12.7
Porcentaje de seguidores del Manchester United que ayudaron a una víctima que llevaba camiseta del Manchester o del Liverpool

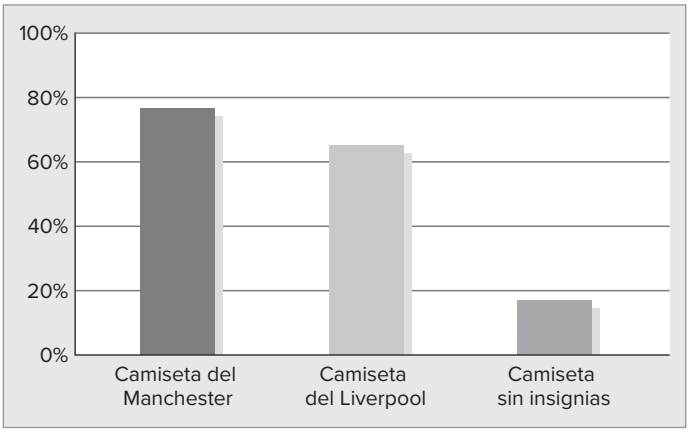


FIGURA 12.8
Condición de identidad común como fanáticos: porcentaje de fanáticos de Manchester United que ayudaron a una víctima que llevaba camiseta del Manchester o del Liverpool

resultados fueron que aquellos que iban con toda calma a una cita poco importante por lo regular se detuvieron a ayudar. Pero la gente rara vez se detuvo a ayudar si, como el Conejo Blanco de *Alicia en el País de las Maravillas*, iban tarde a una cita muy importante.

¿Podemos concluir que la gente que iba de prisa fue cruel? ¿Los seminaristas se percataron de la angustia de la víctima y luego decidieron de forma consciente que la ignorarían? No. Apresurados y preocupados por apurarse a ayudar al experimentador, tan solo no se tomaron el tiempo de sintonizarse con la persona necesitada. Como lo han señalado con tanta frecuencia los psicólogos sociales, su comportamiento tuvo una mayor influencia del contexto que de sus convicciones.

SEMEJANZA

Debido a que la semejanza conduce al agrado, y el agrado conduce a la ayuda, somos más empáticos y colaboradores con aquellos que son *similares* a nosotros (Miller et al., 2001). El sesgo de semejanza se refiere tanto a la vestimenta como a las creencias. Tim Emswiller y sus compañeros investigadores (1971) pidieron a algunos cómplices del experimentador, vestidos ya fuera de manera conservadora o con la vestimenta desaliñada típica de los jipis de esa época, que abordaran a estudiantes "conservadores" o "modernos" de la Universidad Purdue para pedirles una moneda para llamar por teléfono. Menos de la mitad de los estudiantes le hicieron el favor a aquellos vestidos de manera diferente a la suya. Dos tercios ayudaron a los jóvenes vestidos de manera semejante (vea "Acercamiento a la investigación: Semejanza del endogrupo y ayuda").

Como la semejanza, la familiaridad engendra la compasión. Mientras más personas sepan sobre las víctimas de un desastre y dónde viven, más donan (Zagefka et al., 2013). Ningún rostro es más familiar que el propio. Eso explica por qué cuando Lisa DeBruine (2002) les pidió a los estudiantes de la Universidad McMaster que jugaran un juego interactivo con un supuesto jugador, confiaron más y fueron más generosos cuando el rostro de la otra persona, representado en una fotografía, tenía algunos rasgos modificados de su propia cara (**figura 12.9**). En mí confío. Compartir tan solo el cumpleaños, el primer nombre o el patrón de huella dactilar conduce a la gente a responder más a una petición de ayuda (Burger et al., 2004).

¿El sesgo de semejanza se extiende a la raza? Durante el decenio de 1970, los investigadores exploraron esa pregunta con resultados confusos: algunos estudios encuentran que las personas estuvieron más dispuestas a ayudar a aquellos de su misma raza, algunos señalan que la gente está más dispuesta a ayudar a individuos de otra raza, y algunos no encuentran ningún efecto (Benson et al., 1976; Dutton y Lake, 1973; Lerner y Frank, 1974).

¿Existe una regla general que resuelva estos resultados en apariencia contradictorios?

Pocas personas quieren parecer prejuiciosas. Entonces, quizá la gente favorezca a su propia raza, pero mantenga en secreto ese sesgo para conservar una imagen positiva. En ese caso, el sesgo hacia la misma raza aparecería solo cuando la gente pueda atribuir su negativa a ayudar a factores no relacionados con la raza. Eso es lo que sucedió en los experimentos de Samuel Gaertner y John Dovidio (1977, 1986). Por ejemplo, las mujeres blancas de la Universidad de Delaware estuvieron menos dispuestas a ayudar a una mujer negra en problemas que a una mujer blanca *si* podía disolverse la responsabilidad entre los espectadores ("No ayudé a la mujer negra porque había otros

FIGURA 12.9
La semejanza engendra la cooperación
Lisa DeBruine (2002) fusionó los rostros de los participantes (izquierda) con rostros de desconocidos (derecha) para conformar los rostros combinados al centro, hacia los cuales mostraron más generosidad los participantes que hacia la persona desconocida.
Cortesía de Lisa DeBruine

que podían ayudarle"). Cuando no había otros espectadores, las mujeres ayudaron por igual a la mujer negra y a la blanca. La regla parece ser: cuando las normas del comportamiento apropiado están bien definidas, los blancos no discriminan; cuando las normas son ambiguas o conflictivas, y proporcionar la ayuda es más difícil o riesgoso, la semejanza racial pude sesgar las respuestas (Saucier et al., 2005).

En mi caso [DM], el laboratorio cobró vida una noche en que caminaba después de salir de una cena en Washington, D.C., y me dirigía a mi hotel. En una acera desierta, un hombre bien vestido, al parecer consternado y más o menos de mi misma edad, se me acercó y me pidió un dólar. Me explicó que acababa de llegar de Londres y que, después de visitar el Museo del Holocausto, de forma accidental dejó su cartera en un taxi. De modo que estaba allí, varado y necesitando 24 dólares para pagar el taxi que lo llevara a la casa de un amigo en los suburbios de la ciudad.

—¿Pero de qué le servirá un dólar para llegar allá? —pregunté.

—Le estaba pidiendo más a la gente, pero nadie quiso ayudarme —contestó casi sollozando—. Así que pensé que tal vez si pedía menos, juntaría el costo del taxi.

—¿Por qué no toma el metro? —lo cuestioné.

—La parada está a ocho kilómetros de Greenbriar, que es a donde tengo que llegar —explicó—. Dios mío, ¿cómo voy a llegar hasta allí? Si pudiera ayudarme, le enviaré su dinero de regreso el lunes.

Allí estaba yo, como si fuera un participante de un experimento de altruismo en la vía pública. Por haber crecido en una ciudad y como visitante frecuente de Nueva York y Chicago, estaba acostumbrado a la gente que pide dinero y a no recibir nunca ninguna recompensa. Pero me considero una persona caritativa. Es más, este tipo no se parecía en absoluto a ningún pordiosero que haya conocido. Estaba muy bien vestido. Era inteligente. Tenía una historia convincente. ¡Y se parecía a mí! Me dije que si estaba mintiendo, era un desgraciado, y darle dinero sería estúpido, ingenuo y estaría recompensando su "desgraciadez". Pero si estaba diciendo la verdad y yo le daba la espalda, entonces *yo* sería el desgraciado.

Me había pedido 1 dólar y yo le di 30, junto con mi nombre y dirección, que tomó muy agradecido y desapareció en la noche.

Mientras seguía caminando, empecé a sospechar, correctamente según resultó después, que me había tomado el pelo. Después de haber vivido en Gran Bretaña, ¿por qué no puse a prueba su conocimiento sobre Inglaterra? ¿Por qué no lo acompañé a una cabina telefónica para que llamara a su amigo? ¿Por qué cuando menos no ofrecí pagarle al conductor de un taxi y mandarlo a donde iba, en lugar de darle el dinero a él? ¿Y por qué, después de toda una vida de resistirme a las estafas, sucumbí ante esta?

Aunque me gusta pensar que no me influyen los estereotipos étnicos, tuve que admitir con gran vergüenza que no solo se debió a su abordaje personal y socialmente hábil, sino también al mero hecho de su parecido conmigo.

EN RESUMEN: ¿Cuándo ayudaremos?

- Varias influencias situacionales inhiben o alientan el altruismo. A medida que aumenta el número de espectadores de una urgencia, cualquier espectador específico tiene (1) menor probabilidad de notar el incidente, (2) menor probabilidad de interpretarlo como urgencia y (3) menor probabilidad de asumir la responsabilidad: un fenómeno que se conoce como *efecto del espectador*. Los experimentos acerca del comportamiento de ayuda plantean un dilema ético, pero satisfacen la obligación del investigador de mejorar la vida humana al descubrir las influencias importantes en la conducta.
- ¿Cuándo es más probable que la gente ayude? Una circunstancia es cuando acaban de observar que otra persona ayuda.
- Otra circunstancia que promueve la ayuda es tener cuando menos un poco de tiempo libre; las personas que llevan prisa tienen menos probabilidad de ayudar.
- Tendemos a ayudar a quienes percibimos como similares a nosotros.

¿QUIÉN PRESTARÁ AYUDA?

Identifique algunos rasgos y valores que predicen la ayuda.

Hemos considerado las influencias internas en la decisión de ayudar (como la culpa y el estado de ánimo) y también las influencias externas (como las normas sociales, el número de espectadores, las presiones de tiempo y la semejanza). También necesitamos considerar las disposiciones de las personas que ayudan, incluyendo, por ejemplo, sus rasgos de personalidad, su género y sus valores religiosos.

RASGOS DE PERSONALIDAD Y ESTATUS

Con seguridad algunos rasgos deben distinguir a las personas como la Madre Teresa de los demás. Enfrentadas con situaciones idénticas, algunas personas responderán ayudando, en tanto que otras no se tomarán la molestia. ¿Quiénes son las personas que tienen probabilidad de brindar ayuda?

Durante muchos años, los psicólogos sociales no fueron capaces de descubrir un solo rasgo de personalidad que predijera la ayuda con algo que se acercara al poder predictivo de los factores situacionales, de culpa y de estado de ánimo. Se encontraron relaciones poco significativas entre la ayuda y ciertas variables de personalidad, como la necesidad de aprobación social. Pero en líneas generales, las pruebas de personalidad no pudieron identificar a quienes brindan ayuda. Los estudios de las personas que rescataron judíos en la Europa nazi revelan una conclusión parecida: aunque el contexto social tuvo una clara influencia en la disposición a ayudar, no se encontró un conjunto definible de rasgos altruistas de personalidad (Darley, 1995).

Si tal hallazgo le suena familiar, podría deberse a una conclusión similar de los investigadores de la conformidad: la conformidad también parecería tener más influencia de la situación que de rasgos de personalidad mensurables. Sin embargo, es posible que la persona que uno es sí afecte lo que uno hace. Las medidas de actitudes y rasgos casi nunca predicen un acto *específico*, que es lo que miden la mayoría de los experimentos sobre el altruismo (en contraste con el altruismo que practica durante toda su vida una persona como la Madre Teresa). Pero sí predicen con mayor precisión el comportamiento promedio a lo largo de muchas situaciones.

Los investigadores de la personalidad respondieron al reto y resumen el efecto de la personalidad sobre el altruismo en tres sentidos:

- Encontraron *diferencias individuales* en el comportamiento de ayuda y mostraron que esas diferencias persisten con el tiempo y las perciben nuestros pares (Hampson, 1984; Penner, 2002; Rushton et al., 1981). En un estudio, los niños de cinco años que compartían con mayor facilidad sus dulces fueron, a las edades de 23 y 32 años, más socialmente progresistas en sus puntos de vista políticos (Dunkel, 2014). Algunas personas *son* más cooperativas de manera confiable.
- Los investigadores están reuniendo indicios de una *red de rasgos* que predisponen a la persona a brindar ayuda. Aquellos individuos con puntuaciones altas en emocionalidad positiva, empatía y autoeficacia tienen mayor probabilidad de preocuparse y ayudar (Eisenberg et al., 1991; Krueger et al., 2001; Walker y Frimer, 2007). En general, el rasgo de personalidad que predice mejor la disposición a ayudar es la cordialidad/amabilidad, indicativa de alguien que valora en gran medida tener buenas relaciones con los demás (Habashi et al., 2016). No es sorprendente que aquellos con rasgos de insensibilidad (como psicopatía) sean menos cooperativos y empáticos (Beussink et al., 2017).
- La personalidad influye en cómo reaccionan personas específicas a *situaciones específicas* (Carlo et al.,

"Existen... razones por las que la personalidad debería ser poco importante al determinar las reacciones de las personas ante la urgencia. En primer lugar, las fuerzas situacionales que afectan la decisión de una persona son muy fuertes".

—Bibb Latané y John Darley, *The Unresponsive Bystander,* 1970

Las personas extravertidas y amigables que valoran las relaciones sociales armoniosas son las que tienen mayor probabilidad de ayudar a los demás.
©Steve Debenport/Getty Images

1991; Romer et al., 1986; Wilson y Petruska, 1984). Aquellos con autoobservación elevada están sintonizados con las expectativas de los demás y, por ende, brindan su ayuda *si* piensan que dicha ayuda recibirá una recompensa social (White y Gerstein, 1987). Las opiniones ajenas importan menos a las personas que tienen una guía interna y cuya autoobservación es baja. La sensibilidad también es importante. Las personas que son más compasivas hacia las víctimas en situaciones de urgencia responden más rápido cuando son los únicos presentes, pero son más lentas en hacerlo cuando hay otros espectadores (Hortensius et al., 2016).

El estatus y la clase social también afectan el altruismo. En cuatro estudios, Paul Piff y sus colaboradores (2010) encontraron que las personas menos privilegiadas eran más generosas, confiadas y cooperativas que aquellos con más privilegios, tal vez porque sienten más compasión por los demás y menos sensación de merecimiento de trato especial (Piff, 2014; Stellar et al., 2012). En particular en situaciones privadas, cuando nadie está viéndolas, las personas con menor nivel socioeconómico tuvieron mayor probabilidad de ayudar (Kraus y Callaghan, 2016). Las personas con un estatus social menor mostraron una mayor reacción en áreas cerebrales vinculadas con la sensibilidad hacia los demás (Muscatell et al., 2016) y fueron mejores para juzgar las emociones ajenas (Kraus et al., 2010). Incluso las personas asignadas de forma aleatoria a sentirse más poderosas mostraron una actividad cerebral que sugirió menor empatía (Hogeveen et al., 2014). Esta investigación sugiere que el estereotipo de la persona rica e insensible tiene cierto grado de verdad.

GÉNERO

La interacción de la persona y la situación también aparece en 172 estudios que compararon la conducta de ayuda de cerca de 50 000 individuos, hombres y mujeres. Después de analizar estos resultados, Alice Eagly y Maureen Crowley (1986) informaron que al enfrentarse con situaciones potencialmente peligrosas en las que personas desconocidas requieren ayuda (como una llanta desinflada o una caída en el metro), es más frecuente que los hombres ofrezcan ayuda. Eagly (2009) también informó que entre quienes obtuvieron la medalla Carnegie, que se concede al heroísmo al salvar vidas humanas, 91% han sido hombres.

¿Las normas de género, "las mujeres y los niños primero", tienen más probabilidad de entrar en juego en situaciones en las que la gente tiene tiempo de reflexionar en las normas sociales (contrario a actuar de forma instintiva o por impulso)? Para explorar esta posibilidad, algún diabólico experimentador podría tener el deseo de asignar a grupos de pasajeros a barcos que se hundan de forma rápida o lenta y observar la conducta. De hecho, señalan el investigador suizo Bruno Frey y sus colaboradores (2010), el curso de los acontecimientos humanos llevó a cabo este experimento. En 1915, un submarino alemán hundió al barco de pasajeros *Lusitania* en un lapso de 18 minutos de pánico, y las mujeres a bordo tuvieron 1% menos probabilidad de sobrevivir que los hombres. En 1912, el *Titanic*, que llevaba una combinación similar de pasajeros, chocó contra un iceberg y requirió cerca de tres horas para hundirse, y las mujeres tuvieron 53% más probabilidad de sobrevivir que los hombres. En este experimento natural, el tiempo facilitó el comportamiento prosocial y la activación de las normas de género.

En situaciones más seguras, como prestarse como voluntario para ayudar en un experimento u ocupar tiempo con niños que tienen discapacidades del desarrollo, las mujeres tienen una probabilidad un poco mayor de ayudar. En una encuesta nacional de 2016 con 137 456 estadounidenses que entraban a la universidad, 72% de los hombres, y 82% de las mujeres, calificaron "ayudar a otras personas en dificultades" como "muy importante" o "esencial" (Eagan et al., 2017). Las mujeres tienen mayor probabilidad de describirse como cooperadoras (Nielson et al., 2017). Asimismo, las mujeres han tenido tanta probabilidad o más que los hombres de arriesgarse a morir como rescatistas en el Holocausto, como donadoras de un riñón y como voluntarias de los Cuerpos de Paz y Médicos del Mundo (Becker y Eagly, 2004). En consecuencia, la diferencia de género interactúa con (depende de) la situación. Al enfrentarse con los problemas de un amigo o amiga, las mujeres responden con mayor empatía y ocupan más tiempo ayudando (George et al., 1998).

Por último, las mujeres tienden a ser más generosas. Dan más apoyo a los programas de gobierno que distribuyen la riqueza y tienen mayor probabilidad de distribuir su propia riqueza. El Women's Philanthropy Institute en la Universidad de Indiana informa que: (1) las mujeres solteras donan más que los hombres solteros, (2) los hombres donan más si están casados con una mujer y (3)

en todos los niveles de ingresos, los hogares encabezados por una mujer donan más que los hogares encabezados por un hombre (Mesch y Pactor, 2015). Adam Grant (2013) dice que no es gran sorpresa que, hace 20 años, el filántropo Bill Gates haya rechazado el consejo de establecer una organización de beneficencia, hasta que se casó, tuvo dos hijas y recordó que su madre "nunca dejó de presionarme de que hiciera más por los demás".

FE RELIGIOSA

En 1943, mientras los submarinos nazis hundían barcos más rápido de lo que las fuerzas aliadas podían reponerlos, el barco de transporte de tropas *SS Dorchester* salió del puerto de Nueva York con 902 hombres que se dirigían a Groenlandia (Elliott, 1989; Kurzman, 2004; Parachin, 1992). Entre aquellos que dejaban atrás a sus ansiosas familias estaban cuatro capellanes: el predicador metodista George Fox, el rabino Alexander Goode, el sacerdote católico John Washington y el ministro de la Iglesia Reformada Clark Poling. A cerca de 241 kilómetros de su destino, en una noche de luna nueva, el *U-boat 456* tuvo en su mira al *Dorchester*. Luego de unos instantes del impacto de un torpedo, los hombres estupefactos salieron de sus literas mientras el barco empezaba a hacer agua. Sin electricidad, la radio del barco estaba inutilizada; sin saber de la tragedia que estaba ocurriendo, sus barcos escolta siguieron su camino en la oscuridad. A bordo reinaba el caos mientras que, en estado de angustia, los hombres subían de las bodegas sin sus chalecos y se lanzaban a los botes salvavidas repletos.

Cuando los cuatro capellanes llegaron a la cubierta que se inclinaba de forma abrupta, empezaron a guiar a los hombres a los sitios donde estaban los botes salvavidas. Abrieron un casillero de almacenamiento, distribuyeron los chalecos inflables y convencieron a los hombres de saltar por la borda. Cuando el suboficial John Mahoney trató de regresar para recuperar sus guantes, el rabino Goode le respondió: "no te preocupes, yo tengo dos pares". Fue hasta después que Mahoney se dio cuenta de que el rabino no cargaba de forma conveniente un segundo par, sino que le estaba dando sus propios guantes.

En el agua helada y cubierta de petróleo, el soldado raso William Bednar escuchó que los capellanes oraban inspirándoles valor y encontró la fuerza para nadar de la parte inferior del barco hasta que alcanzó una balsa salvavidas. Aún a bordo, Grady Clark observó con asombro cómo los capellanes entregaban el último chaleco y luego, en un último acto de abnegación, entregaban sus propios chalecos. Cuando Clark se deslizó a las aguas, volteó la vista para ver una escena inolvidable: los cuatro capellanes estaban de pie, con los brazos entrelazados, orando en latín, hebreo e inglés. Otros hombres se apiñaron junto a ellos mientras el *Dorchester* se hundía en el mar. "Fue la cosa más sobresaliente que haya visto alguna vez o que esperé ver de este lado del cielo", dijo John Ladd, otro de los 230 sobrevivientes.

¿El ejemplo heroico de los capellanes implica en forma correcta que la fe promueve el valor y la empatía? Las cuatro religiones principales en el mundo, cristianismo, islamismo, hinduismo y budismo, enseñan la compasión y la caridad (Steffen y Masters, 2005). Sin embargo, ¿sus seguidores practican lo que predican? La religiosidad es una mezcolanza, informan Ariel Malka y colaboradores (2011). A menudo se asocia con la oposición conservadora a las iniciativas de gobierno, incluyendo el apoyo a los pobres, pero al mismo tiempo promueve los valores prosociales.

Considere qué sucede cuando la gente recibe una sutil "inducción" con pensamientos espirituales. Con la presencia de Dios en sus mentes, después de ordenar oraciones con palabras como *espíritu*, *divino*, *Dios* y *sagrado*, la gente se vuelve mucho más generosa en sus donativos (Pichon et al., 2007; Schumann et al., 2014; Shariff et al., 2015). Los estudios de seguimiento encontraron que la inducción religiosa aumenta otras "buenas" conductas, como la persistencia en una tarea asignada y acciones consistentes con las propias creencias morales (Carpenter y Marshall, 2009; Toburen y

El último acto de abnegación de los cuatro capellanes inspiró esta pintura, que está colgada en la Capilla de los Cuatro Capellanes, en Valley Forge, Pensilvania.
©Lynn Burkholder/First Impressions

"La religión es la madre de la filantropía".

—Frank Emerson Andrews, *Attitudes Toward Giving,* 1953

Meier, 2010). Pero la "religión" y "Dios" tienen efectos un tanto diferentes de inducción. La "religión" induce a la conducta de ayuda hacia miembros del endogrupo, en tanto que "Dios" induce hacia los miembros del exogrupo (Preston y Ritter, 2013).

En estudios sobre estudiantes universitarios y el público en general, las personas religiosamente comprometidas informan trabajar más horas como voluntarios, como tutores, trabajadores de servicios de socorro y participantes en campañas de justicia social, que las personas sin un compromiso religioso (Benson et al., 1980; Hansen et al., 1995; Penner, 2002). Aquellos que se sienten más conectados en un sentido espiritual con otros miembros de la congregación proveen más ayuda (incluyendo donar tiempo y dinero) a la familia y a personas desconocidas (Krause y Hayward, 2014). Entre los estadounidenses que participan en una comunidad religiosa, la mediana de las personas informan trabajar como voluntarias dos horas por semana; la mediana de las personas desvinculadas de una participación religiosa informaron prestarse como voluntarias 0 horas por semana (Winseman, 2005). Las encuestas en todo el mundo confirman la correlación entre el compromiso con la fe y el trabajo voluntario. Un análisis de 117 007 personas que respondieron a la Encuesta Mundial de Valores en 53 países informó que aquellos que asisten dos veces por semana a sus servicios religiosos "tienen más de cinco veces la probabilidad de prestarse como voluntarios" en comparación con quienes no asisten (Ruiter y De Graaf, 2006).

Es más, la broma de Sam Levenson: "Cuando se trata de dar, algunas personas no se detienen frente a nada", rara vez es cierta cuando se refiere a las personas más activamente religiosas. Una enorme encuesta mundial de Gallup entrevistó a 2 000 o más personas en cada uno de los 140 países encuestados. A pesar de tener ingresos menores, las personas muy religiosas (que señalaron que la religión es importante para su vida diaria y que habían asistido a un servicio religioso en la última semana) reportaron tasas bastante más altas que el promedio en donaciones de caridad, voluntariado y ayuda a un desconocido en el mes anterior (**figura 12.10**).

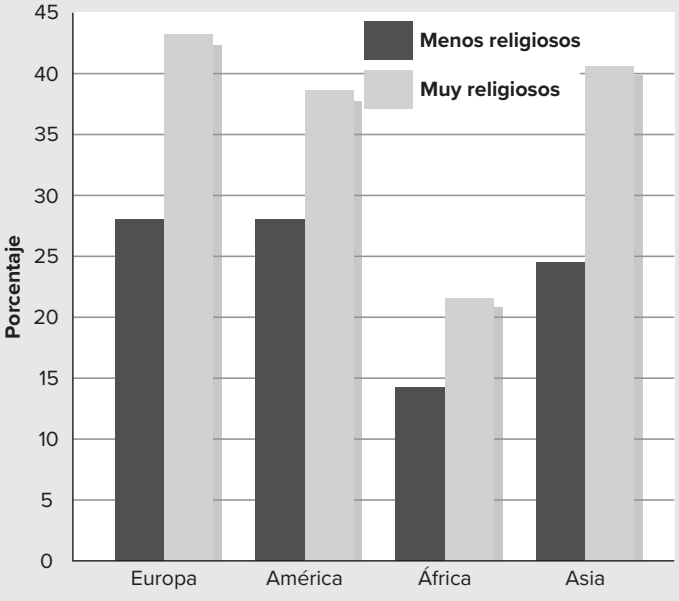
Uno podría preguntarse si esto ocurre porque la gente religiosa tiene una vía fácil para sus donativos y oportunidades de voluntariado a través de sus iglesias, sinagogas o mezquitas. Sin embargo, las personas religiosas también tuvieron más probabilidad de ser generosas con otros en un juego en línea (Everett et al., 2016) o al acceder pasar 30 minutos respondiendo un cuestionario para ayudar a una estudiante con su proyecto de tesis (Blogowska et al., 2013).

Además, los vínculos entre la religión y la ayuda planeada parecen ser de manera relativa únicos entre las organizaciones comunitarias. Robert Putnam (2000) analizó los datos en una encuesta nacional de 22 tipos de organizaciones, incluyendo clubes de pasatiempos, organizaciones profesionales, grupos de autoayuda y clubes de servicio, e informa que "la membresía en grupos religiosos

FIGURA 12.10

Ayuda y participación religiosa

En todo el mundo, según informan los investigadores de Gallup, Brett Pelham y Steve Crabtree (2008), las personas muy religiosas tuvieron mayor probabilidad, a pesar de promediar ingresos menores, de haber regalado dinero en el último mes y también de haberse ofrecido como voluntarias y ayudado a algún desconocido. Las personas muy religiosas dicen que la religión es importante en su vida diaria y que asistieron a un servicio religioso en la última semana. Los menos religiosos son todos los demás.



fue lo que se asoció más estrechamente con otras formas de participación cívica, como votar, servir como jurado, proyectos comunitarios, hablar con los vecinos y donar a caridades" (p. 67).

Un análisis más reciente en 70 países confirmó que "los individuos religiosos tuvieron mayor probabilidad de ser miembros de organizaciones benéficas" y menor probabilidad de participar en mentiras o fraudes en beneficio propio. Pero este aparente efecto prosocial de la religiosidad fue más fuerte "en países en los que el comportamiento religioso es cuestión de elección personal", en lugar de ser algo que imponen las normas sociales firmes (Stavrova y Siegers, 2014).

EN RESUMEN: ¿Quién prestará ayuda?

- En contraste con los fuertes determinantes situacionales y de estado de ánimo del altruismo, las puntuaciones en pruebas de personalidad han funcionado apenas como factores modestos de predicción de la ayuda. Sin embargo, nuevas evidencias indican que algunas personas ayudan de manera más consistente que otras.
- Es posible que el efecto de la personalidad o el género dependa de la situación. Por ejemplo, se ha observado que los hombres ayudan más en situaciones de peligro, en tanto que las mujeres ofrecen su ayuda como voluntarias y al donar a caridades.
- La fe religiosa predice el altruismo a largo plazo, como se refleja en el voluntariado y las contribuciones caritativas.

¿CÓMO PODEMOS INCREMENTAR LA AYUDA?

Sugiera cómo se podría incrementar la ayuda al revertir los factores que la inhiben, al enseñar normas de ayuda y al sensibilizar a la gente para que se consideren individuos altruistas.

Como científicos sociales, nuestra meta es comprender el comportamiento humano, sugiriendo también las maneras de mejorarlo. Una manera de promover el altruismo es revertir aquellos factores que lo inhiben. En vista de que las personas preocupadas y apresuradas ayudan menos, ¿podemos pensar en formas de lograr que las personas reduzcan su prisa y dirijan su atención al exterior? Si la presencia de otros reduce el sentido de responsabilidad de cada espectador, ¿cómo podemos aumentar la responsabilidad?

REDUCCIÓN DE LA AMBIGÜEDAD Y AUMENTO DE LA RESPONSABILIDAD

Si el árbol de decisión de Latané y Darley (**figura 12.5**) describe los dilemas que enfrentan los espectadores, entonces la ayuda debería aumentar si instamos a la gente a *interpretar de forma correcta un incidente* y *asumir la responsabilidad*. Leonard Bickman y sus colaboradores (Bickman, 1975, 1979; Bickman y Green, 1977) pusieron a prueba esa presuposición en una serie de experimentos acerca de los informes de delitos. En cada uno de ellos, escenificaron un incidente de robo en un supermercado o librería. En algunos de los comercios, colocaron anuncios dirigidos a sensibilizar a los espectadores hacia este tipo de robos e informándoles cómo reportarlo. Los investigadores encontraron que los anuncios tuvieron poco efecto. En otros casos, los testigos escucharon a un espectador que interpretaba el incidente: "oigan, miren a esa mujer. Está robando. Puso eso dentro de su bolsa". Incluso otros escucharon que la persona añadía: "La vimos. Deberíamos reportarla. Es nuestra responsabilidad". Ambos comentarios elevaron de forma sustancial la denuncia del delito. Los programas de entrenamiento que se dirigen a ayudar a los estudiantes

universitarios a intervenir en posibles situaciones de agresión o acoso sexual enseñan técnicas similares, como aprender a interpretar la situaciones y denunciarlo (Katz y Moore, 2013).

Peticiones personalizadas

La fuerza de la influencia personal ya no está en duda. A diferencia de las personas que donan sangre de manera repetida, los nuevos donadores acudieron por invitación personal de alguien (Foss, 1978). Leonard Jason y colaboradores (1984) confirmaron que las peticiones personales de donaciones de sangre son mucho más eficaces que los carteles y los anuncios en los medios de comunicación si vienen de amigos.

Las peticiones no verbales personalizadas también pueden ser eficaces. Mark Snyder y sus colaboradores (1974; Omoto y Snyder, 2002) encontraron que las personas que pedían aventón duplicaban los ofrecimientos de ayuda al mirar a los ojos a los conductores y que la mayoría de los voluntarios en organizaciones dedicadas al sida empezaron a participar debido a la influencia personal de alguien. Como sabía el pedigüeño que me abordó [DM], un abordaje personal provoca que uno se sienta menos anónimo y más responsable.

Para reducir el anonimato, los investigadores han pedido a los espectadores que se identifiquen unos con otros, por nombre, edad y demás, luego de lo cual fue más probable que ofrecieran ayuda a una persona enferma (Solomon y Solomon, 1978; Solomon et al., 1981). De manera similar, cuando una experimentadora captó la atención de otra compradora y le sonrió de forma amable antes de entrar en el elevador, la compradora tuvo mucha más probabilidad que otros compradores de ofrecerle ayuda cuando la experimentadora dijo después: "caray, olvidé mis lentes. ¿Alguien podría decirme en qué piso están los paraguas?". Incluso una conversación momentánea trivial con alguien ("disculpe, ¿no es usted la hermana de Suzie Spear?" "No, no es mi hermana") aumenta de manera espectacular la ayuda posterior que brinde esa persona.

La conducta de ayuda también aumenta cuando uno espera encontrarse de nuevo con la víctima y con otros testigos. Mediante un sistema de intercomunicación en el laboratorio, Jody Gottlieb y Charles Carver (1980) le hicieron creer a los estudiantes de la Universidad de Miami que estaban discutiendo con otros estudiantes sus problemas al vivir en la universidad (de hecho, los otros participantes en la conversación eran voces grabadas). Cuando una de las supuestas compañeras de discusión tuvo un acceso de tos y empezó a llorar pidiendo ayuda, los estudiantes que creyeron que poco después se encontrarían frente a frente con esa persona se apresuraron a ayudarle. En pocas palabras, *cualquier cosa que personalice a los espectadores*, sea una petición personal, el contacto visual, decir el propio nombre o anticipar la interacción, aumentan la disposición a ayudar. En unos experimentos, los comensales en un restaurante dejaron más propina cuando sus meseros se presentan con su nombre, escribieron mensajes amistosos en las cuentas, tocaron a los comensales en el brazo u hombro o se acuclillaron junto a la mesa durante el encuentro de servicio (Leodoro y Lynn, 2007; Schirmer et al., 2011).

El trato personal hace que los espectadores adquieran mayor conciencia de sí mismos, y la gente que está consciente de sí misma se sintoniza más con sus propios ideales altruistas. Las personas a las que se les induce a tener mayor conciencia de sí misma, al actuar frente a un espejo o cámara de televisión, exhiben mayor consistencia entre sus actitudes y acciones. En contraste, las personas "desindividuadas" son menos responsables. Por ende, las circunstancias que promueven la conciencia personal, como las etiquetas con el nombre, estar bajo observación y evaluación, y la tranquilidad sin distracciones, también deberían aumentar la ayuda.

Shelley Duval, Virginia Duval y Robert Neely (1979) confirmaron esto. A un grupo de mujeres de la Universidad del Sur de California les mostraron sus propias imágenes en una pantalla de televisión o les pidieron responder a cuestionarios biográficos completos justo antes de darles oportunidad de contribuir con tiempo y dinero a personas necesitadas. Aquellas a las que se les concientizó de sí mismas contribuyeron más. De manera similar, los transeúntes a los que alguien acababa de tomar una fotografía tuvieron mayor probabilidad de ayudar a otro transeúnte a recoger unos sobres que se le habían caído (Hoover et al., 1983). Y entre los transeúntes italianos que acababan de verse en un espejo, 70% ayudaron a un desconocido enviando por correo una postal, al igual que 13% de otras personas abordadas (Abbate et al., 2006). Las personas que tienen conciencia de sí mismas cumplen con más frecuencia con sus ideales.

CULPA Y PREOCUPACIÓN POR LA AUTOIMAGEN

La culpa que muchas personas sienten al pasar junto a este indigente podría motivarlas a ayudar a alguien en la siguiente situación con la que se topen.
©Ruben Sanchez @lostintv/Getty Images

Antes señalamos que las personas que se sienten culpables actuarán para reducir su culpa y restaurar su valía propia. En consecuencia, ¿despertar la culpa de la gente aumenta su deseo de ayudar?

Un equipo de investigación en la Universidad Reed, conducido por Richard Katzev (1978), experimentó con la ayuda inducida por la culpa. Cuando los visitantes al Museo de Arte de Portland desobedecieron el anuncio de "No tocar", los experimentadores regañaron a algunos de ellos: "Por favor, no toque los objetos. Si todo el mundo los toca, se deteriorarán". De la misma forma, cuando los visitantes del zoológico de Portland alimentaron sin autorización a los osos, a algunos de ellos se les reprendió diciéndoles: "Oiga, no dé alimentos no autorizados a los animales. ¿No sabe que podría hacerles daño?". En ambos casos, 58% de los individuos que ahora se sentían culpables ofrecieron pocos momentos después su ayuda a otro experimentador al que "accidentalmente" se le cayó algo. Entre aquellos que no recibieron reprimenda, solo un tercio ayudó. La gente que se siente culpable ayuda más.

Esa fue mi [DM] experiencia hace poco, después de pasar junto a un hombre que luchaba por levantarse de una concurrida acera citadina mientras me apresuraba a llegar a un tren. Sus ojos vidriosos me trajeron a la mente la gran cantidad de borrachos a los que había ayudado durante mis épocas universitarias como asistente en la sala de urgencias. O... me pregunté luego de seguirme de largo... ¿estaría sufriendo una crisis de salud? Acosado por la culpa, recogí basura de la acera, le ofrecí mi asiento en el tren a una pareja de ancianos que buscaban sentarse juntos, y me prometí que la siguiente vez que me enfrentara con la incertidumbre en una ciudad desconocida, pensaría en llamar a los servicios de urgencia.

Cialdini y David Schroeder (1976) ofrecen otra manera práctica de despertar la preocupación por la autoimagen: pida una contribución tan pequeña que sea difícil negarse sin parecer un tacaño. Cialdini (1995) lo descubrió cuando una mujer que hacía campaña por la asociación de organizaciones benéficas United Way llegó a su puerta. Mientras le solicitaba su contribución, Cialdini se preparaba mentalmente para negarse, hasta que la mujer dijo las palabras mágicas que derrumbaron su excusa económica: "incluso un centavo nos sirve". "De forma me indujo a acatar su petición", recordó Cialdini. "Y nuestro intercambio también tuvo otra característica interesante. Cuando dejé de toser (en realidad me estaba ahogando en mi intento de negarme), no le di el centavo que mencionó, sino la cantidad que por lo general dono a peticiones de organizaciones benéficas genuinas. En ese momento, me agradeció, sonrió de forma inocente y siguió con su camino".

¿La respuesta de Cialdini fue atípica? Para averiguarlo, él y Schroeder enviaron a un solicitante a que abordara a los habitantes de un suburbio. Cuando el solicitante dijo: "estoy recolectando dinero para la Sociedad Estadounidense contra el Cáncer", 29% contribuyeron en promedio con 1.44 dólares. Cuando la persona añadió: "incluso un centavo nos sirve", 50% contribuyeron y dieron un promedio de 1.54 dólares cada uno. Cuando James Weyant (1984) repitió este experimento, encontró resultados similares. El comentario de "incluso un centavo nos sirve" elevó el número de contribuyentes de 39 a 57%. Y cuando a 6 000 personas se les hizo la petición por correo de donar a la Sociedad Estadounidense contra el Cáncer, aquellos a los que se les pidieron cantidades pequeñas tuvieron mayor probabilidad de donar, y no dieron menos en promedio, que las personas a las que se les solicitaron cantidades más altas (Weyant y Smith, 1987). Hay que destacar una acotación: cuando se aborda a los donadores anteriores, las peticiones mayores (dentro de un rango razonable) sí producen donativos mayores (Doob y McLaughlin, 1989). Pero con las peticiones de puerta en puerta, se tiene más éxito con solicitudes de contribuciones pequeñas, que son difíciles de rechazar y que de todos modos permiten que la persona conserve su autoimagen altruista.

Etiquetar a las personas como altruistas también fortalece su autoimagen como tales. Después de que habían hecho contribuciones caritativas, Robert Kraut (1971) les dijo a algunas de las mujeres en Connecticut: "ustedes son unas personas generosas". Dos semanas después, estas mujeres estuvieron más dispuestas a contribuir a una beneficencia diferente que aquellas a las que no se les etiquetó de ese modo.

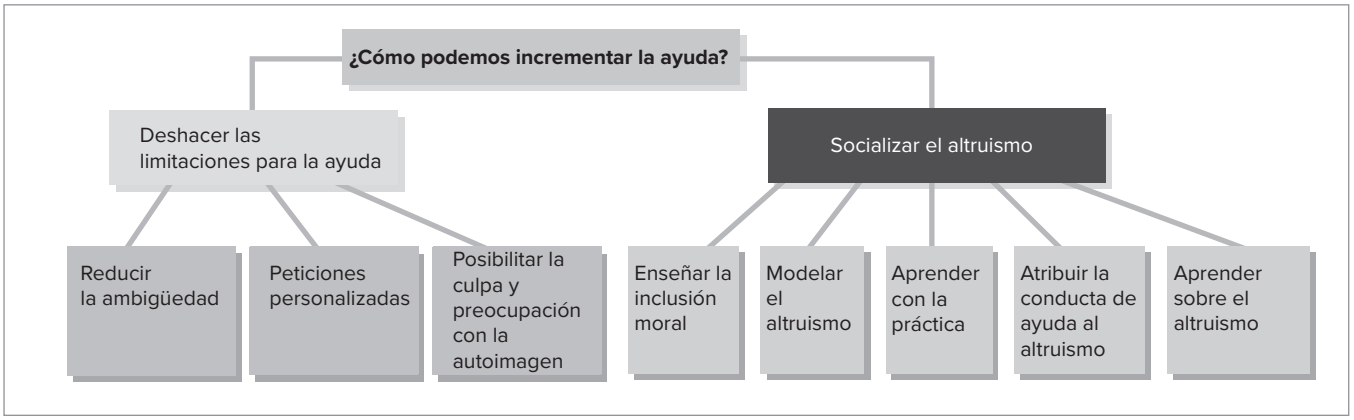


FIGURA 12.11
Maneras prácticas de incrementar la ayuda

SOCIALIZAR EL ALTRUISMO

¿Cómo podríamos socializar el altruismo? Estas son cinco maneras (**figura 12.11**).

Enseñanza de inclusión moral

Las personas que rescataron judíos en la Europa nazi, los líderes del movimiento antiesclavista y los misioneros médicos compartían cuando menos un rasgo en común: *eran moralmente incluyentes*. Su preocupación moral abarcaba a personas diversas. Una de las mujeres que salvó a los judíos fingió un embarazo para proteger a una mujer judía embarazada, con lo cual incluyó al niño que estaba a punto de nacer dentro del círculo de las identidades de sus propios hijos (Fogelman, 1994).

exclusión moral
La percepción de que ciertos individuos o grupos están fuera del límite dentro del cual uno aplica los valores morales y las reglas de justicia. La *inclusión moral* es considerar que los otros están dentro del propio círculo de preocupación moral.

La **exclusión moral** (omitir a ciertas personas del propio círculo de preocupación moral) tiene el efecto contrario. Justifica todo tipo de daño, desde la discriminación hasta el genocidio (Opotow, 1990; Staub, 2005a; Tyler y Lind, 1990). La explotación o la crueldad se vuelven aceptables, e incluso apropiadas, hacia aquellos a los que consideramos no merecedores o no personas. Los nazis excluyeron a los judíos de su comunidad moral. Cualquiera que participe en esclavitud, en escuadrones de la muerte o en prácticas de tortura ejerce una exclusión semejante. A menor grado, la exclusión moral describe a aquellos de nosotros que concentramos nuestras preocupaciones, favores y herencia económica en "nuestra gente" (por ejemplo, nuestros hijos), excluyendo a los demás.

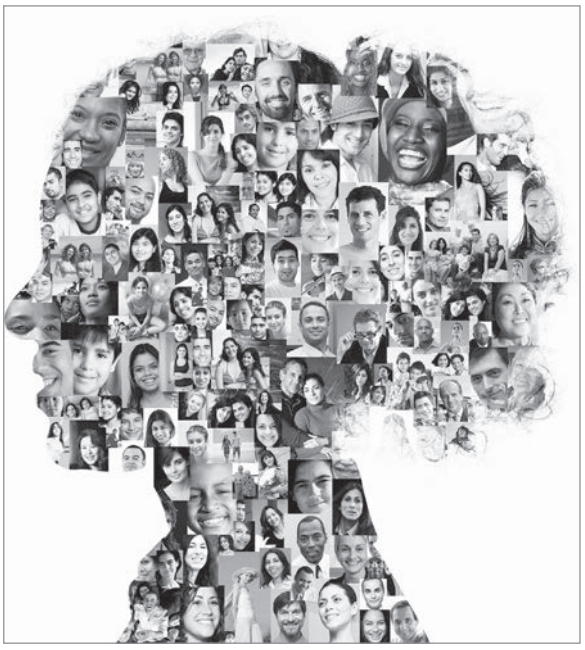
La mayor exclusión también describe las restricciones en la empatía pública hacia el costo humano de la guerra. Las bajas de guerra informadas se refieren por lo común a "nuestros muertos". Por ejemplo, muchos estadounidenses saben que más de 58 000 estadounidenses murieron en la Guerra de Vietnam (sus 58 248 nombres están grabados en el Memorial de la Guerra de Vietnam). Pero pocos de ellos saben que la guerra también causó cerca de dos millones de muertes de vietnamitas. Durante la guerra de Irak, las noticias de las bajas estadounidenses, cerca de 4 500, causaron mucha más preocupación que la poco conocida cifra de muertes de iraquíes, de las cuales, el rango bajo de estimación publicado por las principales revistas médicas fue superior a 150 000 (Alkhuzai et al., 2008).

Nos insensibilizamos con facilidad por las grandes cifras impersonales de fallecimientos en el exogrupo (Dunn y Ashton-James, 2008; Slovic, 2007). Las personas suponen que les alteraría más un huracán que matara a 5 000 personas, en lugar de 50. Pero ya sea que escucharan que el Huracán Katrina reclamó 50, 500, 1 000 o 5 000 vidas, su tristeza no se vio afectada por la cifra. Lo mismo puede decirse de la escala de otras tragedias, incluyendo un incendio forestal en España y los refugiados que huían de Siria. Cuando una conmovedora fotografía de un niño sirio ahogado corrió por todo el mundo en 2015, las donaciones de ayuda para los refugiados tuvieron un súbito repunte, aunque la crisis había estado en marcha desde hacía cuatro años y ya había costado 250 mil vidas (Slovic et al., 2017). "Si observo a la masa, nunca actuaré", dijo la Madre Teresa. "Si miro al individuo, lo haré". Al mostrarle a una sola víctima, una niña de siete años llamada Rokia, la gente respondió donando más dinero a una asociación benéfica contra el hambre que cuando se les dijo que la organización trabajaba para salvar a millones (Slovic y Västfjäll, 2010).

"Consideramos a la humanidad como nuestra familia".
—Parlamento de las religiones del mundo, *Hacia una ética mundial*, 1993.

Las personas están más dispuestas a donar dinero para ayudar a un niño que para ayudar a dos (Västfjäll et al., 2014). El psiquiatra Robert Jay Lifton (1967) le llamó a esto "entumecimiento psíquico", un término que acuñó después de estudiar a los sobrevivientes de las bombas atómicas arrojadas en Hiroshima y Nagasaki en 1945.

Por ende, un primer paso a la socialización del altruismo se refiere a contrarrestar el sesgo natural a favor del endogrupo, que favorece al parentesco y a la tribu, personalizando y ampliando el rango de personas cuyo bienestar debería preocuparnos. Daniel Batson (1983) señala la manera en que lo logran las enseñanzas religiosas. Estas amplían el alcance del altruismo vinculado con el parentesco al instar al amor "fraterno" hacia todos los "hijos de Dios" en la "familia" humana completa. Como lo demuestra la investigación acerca de la "Identificación a escala de toda la humanidad", si todos forman parte de nuestra familia, entonces todos están dentro del mismo grupo (McFarland et al., 2013). Los límites entre "nosotros" y "ellos" se diluyen. Invitar a las personas privilegiadas a ponerse en los zapatos de los demás, a imaginar cómo se sienten ellos, también es útil (Batson et al., 2003). Para "hacer a los demás lo que deseamos que hagan con nosotros", uno debe asumir la perspectiva de los otros.



Una manera de practicar la inclusión moral es creer que "toda la humanidad es mi endogrupo" (McFarland et al., 2012).
©John Lund/Blend Images LLC

Modelamiento del altruismo

Antes señalamos que observar que los demás espectadores no responden provoca que estemos menos propensos a ayudar. Las personas criadas por padres extremadamente punitivos, como muchos delincuentes y criminales frecuentes, también muestran mucha menos de la empatía y preocupación basada en principios que son típicas de los altruistas.

MODELAMIENTO EN LA VIDA REAL Sin embargo, si vemos o leemos sobre la ayuda que brinda alguien, tenemos más probabilidad de ofrecer asistencia. Si antes atestiguaron que alguien ayudaba a una mujer a la que se le caían unos libros, las compradoras en un experimento de la vida real presentaron una mayor probabilidad de asistir a alguien a quien se le cayó un dólar (Burger et al., 2014).

Robert Cialdini y sus colaboradores (2003) dicen que es mejor *no* divulgar los actos flagrantes relacionados con evasión fiscal, tirar basura y abuso del alcohol entre adolescentes, y en lugar de ello enfatizar, para definir una norma, la honestidad, limpieza y abstinencia generalizada de la gente. Si se le habla a la gente sobre las personas que reciclan, votan, pagan sus impuestos a tiempo, reutilizan las toallas de los hoteles, y no contaminan, habrá más entre ellos que estarán dispuestos a hacer lo mismo. En uno de varios experimentos, se les pidió a los visitantes que no se llevaran la madera petrificada que está tirada junto a los senderos en el Parque Nacional del Bosque Petrificado. A algunos también se les dijo que "los visitantes anteriores se llevaban la madera petrificada". A quienes se les dijo que "los visitantes anteriores dejaban la madera petrificada" para conservar el parque, tuvieron mucho menos probabilidad de recoger muestras colocadas a los lados de un sendero. Mejor aún, dígale a la gente lo mucho que están cambiando de forma favorable las normas. Si se les comunica una "norma dinámica", diciéndoles que 30% de la población empezó a comer menos carne en los últimos cinco años, más personas expresarán un mayor interés en hacer lo mismo que si se les indica una "norma estática" de un 30% constante que intenta comer menos carne (Sparkman y Walton, 2018).

Los efectos del modelamiento también fueron aparentes dentro de las familias de cristianos europeos que arriesgaron sus vidas para rescatar a los judíos, y entre los activistas de derechos civiles en Estados Unidos. De manera típica, estos altruistas excepcionales informaban tener relaciones cálidas y estrechas con, cuando menos, uno de sus padres quien, de manera similar, era un "moralista" firme o estaba comprometido con causas humanitarias (London, 1970; Oliner y Oliner, 1988; Rosengan, 1970). Sus familias, y a menudo sus amigos e iglesias, les habían enseñado la norma de ayudar y cuidar de los demás. Esta "orientación de valor prosocial" les condujo a incluir a personas de otros grupos dentro de su círculo de preocupación moral y a sentirse responsables del bienestar de otros (Staub, 1989, 1991, 2015).

Staub (1999) sabe de lo que habla: "como niño judío en Budapest, sobreviví al Holocausto, a la destrucción de la mayoría de los judíos europeos a manos de la Alemania nazi y de sus aliados. Mi vida se salvó gracias a una mujer cristiana que en repetidas ocasiones puso en peligro su vida para ayudarme a mí y a mi familia, y por Raoul Wallenberg, el sueco que llegó a Budapest y que con valor, astucia y total compromiso salvó las vidas de decenas de miles de judíos destinados a las cámaras de gas. Estos dos héroes no fueron espectadores pasivos y mi trabajo es una de las maneras en que yo tampoco lo sea" (Vea "Enfoque: Comportamiento y actitudes entre quienes rescataron judíos).

MODELAMIENTO EN LOS MEDIOS ¿Los modelos positivos en la televisión promueven la ayuda en la misma medida que sus representaciones agresivas promueven la agresión? De hecho, los modelos televisivos prosociales han tenido incluso mayores efectos que los modelos antisociales. Susan Hearold (1986) combinó de forma estadística 108 comparaciones de programas prosociales con programas neutros o ningún programa. Encontró que, en promedio, "si el espectador veía programas prosociales, en lugar de programas neutros, se elevaría, cuando menos de manera temporal, del percentil 50 al percentil 74 en comportamiento prosocial, típicamente altruismo.

"Los niños pueden aprender a ser altruistas, amigables y a controlarse a sí mismos al ver programas de televisión que presenten esos patrones conductuales".

—National Institute of Mental Health, *Television and Behavior*, 1982

En uno de tales estudios, las investigadoras Lynette Friedrich y Aletha Stein (1973; Stein y Friedrich, 1972) mostraron a niños preescolares algunos episodios de *Mister Rogers' Neighborhood* todos los días durante cuatro semanas, como parte de su programa en la guardería (el programa televisivo de *Mister Rogers* tenía la finalidad de mejorar el desarrollo social y emocional de niños pequeños). Durante el periodo de exposición, los niños de hogares con nivel educativo menor se volvieron más cooperativos, serviciales y tuvieron mayor probabilidad de expresar sus sentimientos. En un estudio de seguimiento, los alumnos de jardín de niños que vieron cuatro programas de *Mister Rogers* pudieron expresar el contenido prosocial del programa, tanto en una prueba como en juego con marionetas (Coates et al., 1976; Friedrich y Stein, 1975).

Otros medios también modelan de forma eficiente el comportamiento prosocial, en parte al aumentar la empatía. Los estudios recientes de todo el mundo muestran los efectos positivos en actitudes o conducta de los medios prosociales, incluyendo el uso de videojuegos prosociales y escuchar letras de canciones prosociales (Gentile et al., 2009; Greitemeyer et al., 2010; Prot et al., 2014). Por ejemplo, jugar con el videojuego *Lemmings*, donde la meta es ayudar a otros, aumenta en años posteriores la empatía y ayuda en la vida real en respuesta al infortunio de los demás (Greitemeyer y Osswald, 2010; Greitemeyer et al., 2010). Escuchar canciones prosociales, como "Sanemos al mundo" de Michael Jackson, provocó que los escuchas tuvieran mayor probabilidad de ayudar a alguien a recoger lápices caídos, y menor probabilidad de expresar palabras hirientes sobre un candidato a un empleo o de darle a alguien una gran dosis de salsa de chile desagradable (Greitemeyer, 2009a, b, 2011).

En general, los niños que ayudan aprenden a disfrutar de ello y tienen mayor probabilidad de proveer ayuda en el futuro.
©Eric Audras/SuperStock

Aprender por experiencia

Ervin Staub (2005b, 2015) mostró que de la misma manera que un comportamiento inmoral alimenta las actitudes inmorales, ayudar aumenta la ayuda futura. Los niños y adultos aprenden por experiencia. En una serie de estudios con niños cercanos a los 12 años de edad, Staub y sus alumnos encontraron que después de inducir a los niños a hacer juguetes para los niños hospitalizados o para una maestra de actividades artísticas, se volvieron más propensos a ayudar. Lo mismo pasó con chicos que les enseñaron a otros niños menores a resolver rompecabezas o utilizar materiales de primeros auxilios.

Según indica Staub, cuando los niños actúan de manera útil, desarrollan valores, creencias y habilidades relacionadas con la ayuda. La ayuda también sirve para satisfacer sus necesidades de un autoconcepto positivo. A mayor escala, se ha mostrado que el "aprendizaje de servicio" y los programas de voluntariado inscritos dentro del plan de estudios de la escuela aumentan la participación cívica, la responsabilidad social, la cooperación y el liderazgo posteriores (Andersen, 1998; Putnam, 2000). Las actitudes son consecuencia de la conducta. Por lo tanto, las acciones de ayuda promueven la autopercepción de que uno es una persona atenta y servicial. Y, a su vez, esa autopercepción posterior promueve la ayuda posterior.

Enfoque

Comportamiento y actitudes entre quienes rescataron judíos

La bondad, al igual que el mal, a menudo evoluciona en pequeños pasos. Con frecuencia, los gentiles que salvaron judíos empezaron con un compromiso pequeño, como ocultar a alguien durante uno o dos días. Después de haber dado ese paso, empezaron a verse a sí mismos de manera diferente, como personas que ayudan. Entonces fue que se involucraron cada vez más. Al recibir el control de una fábrica confiscada que solía pertenecer a un judío, Oskar Schindler empezó haciendo pequeños favores a sus trabajadores judíos, que eran quienes le hacían obtener estupendas ganancias. Poco a poco, asumió riesgos cada vez mayores para protegerlos. Obtuvo el permiso para establecer las viviendas de los trabajadores junto a la fábrica. Rescató a individuos separados de sus familias y reunió a seres queridos. Al final, a medida que los rusos avanzaban, salvó a unos 1200 judíos al establecer una fábrica falsa en su pueblo natal y llevarse a todo su grupo de "trabajadores calificados" para abastecerla de personal.

Otros, como Raoul Wallenberg, empezaron accediendo a una solicitud personal de ayuda y terminaron arriesgando de forma repetida sus vidas. Wallenberg se volvió embajador de Suecia en Hungría, donde salvó de exterminio en Auschwitz a decenas de miles de judíos húngaros. Uno de quienes recibió protección a través del otorgamiento de documentos de identidad fue Ervin Staub, quien entonces tenía seis años y que llegó a convertirse en un psicólogo social de la Universidad de Massachusetts, donde su experiencia le indujo a ponerse como meta en la vida la comprensión de las razones por las que algunas personas perpetran el mal, otras se mantienen al margen y algunas ayudan.

Múnich, 1948. Oskar Schindler con algunos de los judíos que salvó de los nazis durante la Segunda Guerra Mundial.
Fuente: Leopold Page Photographic Collection, cortesía de USHMM Photo Archives

Atribuir el comportamiento de ayuda a motivos altruistas

Otro indicio para la socialización del altruismo proviene de la investigación sobre el **efecto de sobrejustificación**: cuando la justificación de un acto es más que la apropiada, la persona puede atribuir sus acciones a la justificación extrínseca, en lugar de a un motivo interno. Por ejemplo, si usted le paga a una niña por ayudarle en la cocina, podría llegar a creer que ayudó por el dinero, más que porque quería hacerlo. Por ende, recompensar a la gente por las cosas que de todos modos haría socava la motivación intrínseca. Podemos expresar el principio en sentido positivo: al proporcionarle a la gente la justificación apenas suficiente para impulsar una buena acción (desacostumbrándolos de las recompensas y amenazas), podemos aumentar su placer en llevar a cabo esas acciones por sí mismos.

efecto de sobrejustificación
El resultado de premiar a la gente para que haga lo que ya estaba haciendo; es posible que consideren que sus acciones están controladas de manera externa, en lugar de ser atractivas en sí mismas.

Daniel Batson y colaboradores (1978, 1979) pusieron a comprobar el fenómeno de la sobrejustificación. En varios experimentos, encontraron que los estudiantes de la Universidad de Kansas se sintieron más altruistas después de acceder a ayudar a alguien sin recibir un pago ni enfrentar la presión social implícita. Cuando se había ofrecido un pago o había presiones sociales, la gente se sintió menos altruista luego de ayudar.

En otro experimento, los investigadores condujeron a los estudiantes a atribuir un acto de ayuda al acatamiento ("supongo que en realidad no tengo opción") o a la compasión ("ese tipo realmente necesita ayuda"). Después, cuando a los estudiantes se les pidió que donaran su tiempo a una institución local de servicios, 25% de aquellos a los que se les condujo a percibir que su ayuda previa era mero acatamiento se prestaron ahora como voluntarios; de aquellos a los que se les hizo considerarse compasivos, 60% accedieron a donar su tiempo. ¿Cuál es la moraleja? Cuando la gente

se pregunta por qué está ayudando, es mejor si las circunstancias les permiten responderse: "porque se necesitaba ayuda y *yo soy una persona atenta, generosa* y *útil*".

Para predisponer a más individuos a ayudar en situaciones en las que la mayoría no lo hace, también puede ser útil inducir un compromiso positivo tentativo, a partir del cual pueden inferir su propia tendencia a ayudar. Delia Cioffi y Randy Garner (1998) observaron que solo cerca de 5% de los estudiantes respondían a una campaña de donación de sangre en el campus después de recibir un anuncio por correo electrónico una semana antes. Entonces, pidieron a los estudiantes que respondieran al anuncio con un sí "en caso de que probablemente done". De ellos, 29% respondieron y la tasa real de donación fue de 8%. A un tercer grupo le pidieron que respondiera con un no, en caso de que *no* anticipara donar. Ahora 71% dejó entendido que podría donar (al no responder). Imagínese en el tercer grupo. ¿Podría haber decidido no responder con un no porque, después de todo, *es* una persona empática, de modo que existiría la posibilidad de que done? ¿Y ese pensamiento podría haberle abierto a la persuasión al toparse con los carteles y volantes de donación de sangre en el campus durante la semana siguiente? En apariencia eso es lo que sucedió, ya que 12% de estos estudiantes, más del doble de la tasa normal, se presentaron a ofrecer su sangre.

Inferir que uno es una persona que ayuda también es lo que parece haber sucedido cuando Dariusz Dolinski (2000) detuvo a los transeúntes en las calles de Wroclaw, Polonia, y les pidió que le indicaran dónde estaba la inexistente "calle Zubrzyckiego" o una dirección ilegible. Todos intentaron sin éxito darle su ayuda. Después de hacerlo, alrededor de dos terceras partes (el doble de personas que aquellos a los que no se dio la oportunidad de tratar de ayudar) accedieron cuando alguien les preguntó 100 metros más adelante que cuidaran su bolsa o su bicicleta durante cinco minutos.

Aprender sobre el altruismo

Los investigadores encontraron otra forma de elevar el altruismo, la cual provee una feliz conclusión para este capítulo. Algunos psicólogos sociales se preocupan de que, a medida que las personas adquieren mayor conciencia de los descubrimientos de la psicología social, su comportamiento pueda cambiar, invalidando con ello sus hallazgos (Gergen, 1982). ¿Aprender sobre los factores que inhiben el altruismo reduce su influencia? Philip Zimbardo, cuyo "proyecto de heroísmo" pretende fortalecer el valor y la compasión de la gente, sostiene que el primer paso para convertirse en héroe es reconocer las presiones sociales que podrían disuadir sus acciones como espectador (Miller, 2011).

Los experimentos con estudiantes de la Universidad de Montana, que llevaron a cabo Arthur Beaman y sus colaboradores (1978), revelaron que una vez que las personas entienden por qué la presencia de espectadores inhibe la ayuda, presentan mayor probabilidad de ayudar en situaciones de grupo. Los investigadores utilizaron una conferencia para informar a algunos estudiantes sobre la manera en que la inacción del espectador puede afectar la interpretación de una urgencia y los sentimientos de responsabilidad. Otros estudiantes escucharon una conferencia diferente o ninguna conferencia. Dos semanas después, como parte de un experimento diferente en otro sitio, los participantes terminaron caminando (con un cómplice del experimentador que no respondía) junto a una persona desplomada o junto a una persona tirada al lado de una bicicleta. De aquellos que no escucharon la conferencia sobre la ayuda, una cuarta parte se detuvieron a ayudar, en tanto que el doble de personas "ilustradas" lo hicieron.

Después de leer este capítulo, quizá usted también haya cambiado. A medida que comprende qué influye en las respuestas de las personas, ¿sus actitudes y comportamiento serán los mismos?

EN RESUMEN: ¿Cómo podemos incrementar la ayuda?

La investigación sugiere que podemos mejorar la conducta de ayuda en tres sentidos:

- Primero, podemos revertir aquellos factores que inhiben la ayuda. Podemos dar pasos para reducir la ambigüedad en una urgencia, para hacer una petición personal y para incrementar los sentimientos de responsabilidad.
- Segundo, podemos enseñar altruismo. La investigación sobre las representaciones televisivas de modelos prosociales evidencia el poder del medio para enseñar comportamiento positivo. Los niños que observan la conducta de ayuda tienden a actuar ayudando. Si queremos promover el comportamiento altruista, deberíamos recordar el *efecto de sobrejustificación*: cuando obligamos a hacer buenas obras, es frecuente que el amor por una actividad se reduzca. Si le damos la suficiente justificación, pero no de más, a la gente para que decida hacer el bien, atribuirán su conducta a su propia motivación altruista y de allí en adelante estarán más dispuestos a ayudar. Aprender sobre el altruismo, como lo acaba de hacer usted, también prepara a la gente para percibir y responder a las necesidades de otros.

POSDATA:
Cuando la psicología social cobra vida

Aquellos de nosotros que investigamos, enseñamos o escribimos sobre psicología social lo hacemos con la creencia de que nuestro trabajo es importante. Implica fenómenos humanamente significativos. Por consecuencia, el estudio de la psicología social puede ampliar nuestro pensamiento y prepararnos para vivir y actuar con mayor conciencia y compasión, o por lo menos eso suponemos.

Entonces, qué bien se siente cuando algunos estudiantes actuales y anteriores confirman nuestras suposiciones con historias sobre cómo han relacionado la psicología social con sus vidas. Resulta ser que ambos autores hemos tenido esta experiencia. (JT): después de que impartí un curso de psicología social sobre esta investigación, un alumno me envió un correo electrónico diciendo que acababa de ver a una joven que se desmayó justo afuera de su aula. Al recordar de la clase que podría ser que nadie más le prestara ayuda, llamó a los servicios de urgencia y se quedó con ella. [DM]: poco antes de que escribiera el último párrafo, una antigua estudiante que ahora vive en Washington D.C. pasó a saludarme. Mencionó que hacía poco se encontró entre un grupo de transeúntes que pasaron junto a un hombre que estaba inconsciente en la acera. “Eso me recordó nuestra clase de psicología social y las explicaciones de por qué la gente no ayuda en tales situaciones. Entonces pensé: ‘bueno, si también me sigo de largo, ¿quién lo ayudará?’”. Así que llamó al número de urgencias y esperó al lado de la víctima, junto con otros espectadores que ahora se le unieron, hasta que llegó la ayuda.

Conflicto y pacificación

CAPÍTULO

13

©MATJAZ SLANIC/iStock/Getty Images

“Si deseas la paz, trabaja en pro de la justicia”.

—Papa Paulo VI, *Mensaje por la celebración del día de la paz,* 1972

¿Qué genera los conflictos?

¿Cómo puede lograrse la paz?

Posdata: El conflicto entre los derechos individuales y colectivos

Existe un discurso que se ha pronunciado en una variedad de idiomas por los líderes de diversas naciones. Va así: “Las intenciones de nuestra nación son por completo pacíficas. Pero hay otras naciones que nos amenazan. Por ello debemos defendernos en contra de sus ataques. Al hacerlo, estaremos protegiendo nuestra forma de vida y preservaremos la paz” (Richardson, 1960). Casi todas las naciones afirman preocuparse exclusivamente por la paz pero, al desconfiar de los demás países, se arman a fin de defenderse. El resultado es un planeta que ha estado gastando casi cinco mil millones de dólares diarios en armamento y ejércitos, mientras incontables personas mueren de desnutrición y enfermedades no tratadas (SIPRI, 2017).

Los elementos de cualquier **conflicto** (una incompatibilidad percibida de acciones o metas) son similares en muchos niveles, desde naciones hasta individuos. Las

personas en conflicto perciben que la ganancia de una de las partes representa una pérdida para la otra:

- "Queremos paz y seguridad". "Nosotros queremos lo mismo, pero ustedes nos amenazan".
- "Queremos un mayor salario". "No podemos costearlo".
- "Quiero que apagues esa música". "Yo quiero escucharla".

Es probable que una organización o relación carente de conflictos sea apática. Ellos implican participación, compromiso e interés. Si los conflictos pueden comprenderse y reconocerse, pueden dar fin a la opresión y estimular una renovación en las relaciones. Sin los conflictos, las personas rara vez se enfrentan a sus problemas para resolverlos.

©Library of Congress

Como lo saben los líderes de los derechos civiles, los conflictos manejados de manera creativa pueden ofrecer resultados constructivos.

conflicto
Incompatibilidad percibida de acciones o metas.

La **paz** genuina es mayor que la supresión de los conflictos abiertos, más que una calma frágil y superficial. Es el resultado de un conflicto manejado de manera creativa. Significa que las partes reconcilian sus diferencias percibidas y que alcanzan un acuerdo genuino. "Aumentaron nuestros salarios y ustedes lograron mayores ganancias. Ahora, cada uno está ayudando al otro a alcanzar las metas de la organización".

paz
Condición caracterizada por bajos niveles de hostilidad y agresión y por relaciones mutuamente benéficas.

¿QUÉ GENERA LOS CONFLICTOS?

Explique qué genera los conflictos.

Algunos estudios de psicología social han identificado diversos ingredientes del conflicto. Lo que resulta notable (y simplifica nuestra tarea) es que estos ingredientes son comunes a todos los niveles de conflicto social, sea intergrupal (nosotros contra ellos) o interpersonal (yo contra nosotros).

DILEMAS SOCIALES

Muchos de los problemas que amenazan nuestro futuro (armas nucleares, cambio climático, sobrepoblación, bajas reservas de peces oceánicos) surgen a medida que diferentes partes van en busca de sus intereses propios pero, en forma irónica, para perjuicio colectivo. Es posible que un individuo piense: "me costaría mucho invertir en los costosos controles para las emisiones de gases de invernadero. Además, las cantidades de gases de invernadero que yo genero, como individuo, son insignificantes". Muchas otras personas razonan de manera semejante y el resultado es el calentamiento del planeta, la desaparición de la cubierta de hielo, el aumento del nivel del mar y el clima más extremo.

Cuando las elecciones individuales que recompensan se vuelven colectivamente punitivas, se presenta un dilema: ¿cómo pueden reconciliarse el interés individual con el bienestar colectivo?

A fin de aislar y estudiar dicho dilema, los psicólogos sociales han utilizado juegos de laboratorio que exponen el núcleo de muchos de los conflictos sociales verdaderos. "Los psicólogos sociales que estudian el conflicto están en una posición muy semejante a la de los astrónomos", señaló el investigador de conflictos, Morton Deutsch (1999). "No podemos llevar a cabo experimentos reales con sucesos sociales a gran escala. Pero podemos identificar las semejanzas conceptuales entre la gran escala y la pequeña, de la misma manera en que los astrónomos lo han hecho entre los planetas y la manzana de Newton. Esa es la razón por la que los juegos que las personas practican

trampa social
Una situación en la que las partes en conflicto, al buscar su interés propio en forma racional, se ven atrapadas en comportamientos mutuamente destructivos. Algunos ejemplos son: el dilema del prisionero y la tragedia de los comunes.

en nuestros laboratorios pueden promover nuestra comprensión de la guerra, la paz y la justicia social".

Consideremos dos ejemplos de **trampa social** (una situación en la que dos partes en conflicto se ven implicadas en una conducta mutuamente destructiva): el dilema del prisionero y la tragedia de los comunes.

El dilema del prisionero

El dilema del prisionero se originó a partir de una narración de dos sospechosos a los que el fiscal, el abogado que puede levantar los cargos en su contra, interroga por separado (Rapoport, 1960). El fiscal sabe que son culpables, pero solo cuenta con la evidencia suficiente para condenarlos por un delito menor. De modo que crea un incentivo para que cada uno de ellos confiese de manera privada:

- Si el prisionero A confiesa, pero no lo hace el prisionero B, el fiscal le otorgará inmunidad a A y utilizará la confesión de A para condenar a B por un delito mayor (y viceversa en el caso de que confiese B y no confiese A).
- Si ambos confiesan, cada uno recibirá una sentencia moderada.
- Si ninguno de los dos confiesa, cada uno será condenado por un delito menor y recibirá una sentencia menos severa.

La matriz de la **figura 13.1** resume las elecciones. Si usted fuera un prisionero que se viera enfrentado con este dilema y sin posibilidad alguna de hablar con el otro, ¿confesaría?

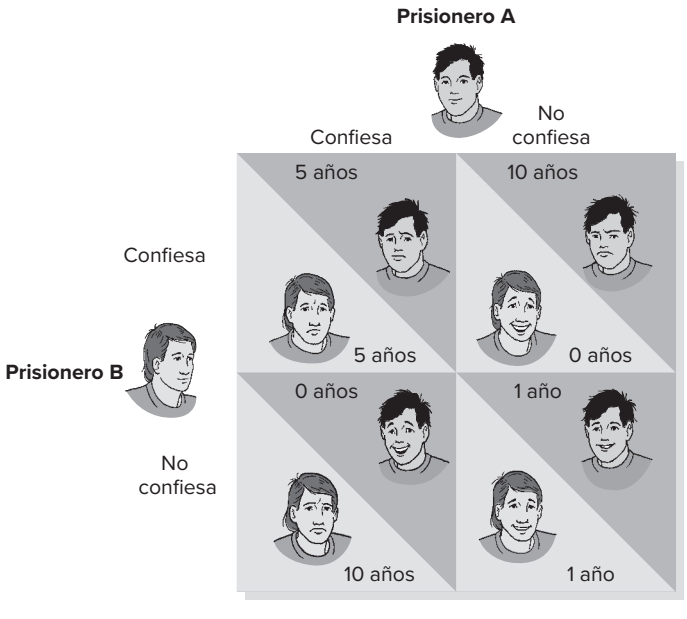
Muchas personas indican que confesarían, aunque la *falta* de confesión mutua conlleva una sentencia más leve que la confesión mutua. Quizá esto se deba a que (como se muestra en la matriz de la **figura 13.1**), sin importar lo que decida el otro prisionero, cada uno queda mejor si confiesa que si se le condena a solas.

Algunos estudiantes universitarios han considerado variaciones del dilema del prisionero en experimentos de laboratorio, donde las elecciones son renunciar (elegir no cooperar) o cooperar, y donde los resultados son fichas, dinero o puntos de calificación. Como lo muestra la **figura 13.2**, para cualquier decisión dada, lo mejor es que la persona renuncie (porque ese comportamiento aprovechará la cooperación del otro o protegerá al sujeto en contra de que el otro tome ventaja). Sin embargo, y ahí se encuentra el dilema, al no cooperar, ambas partes terminan mucho peor que si confiaran en el otro y, por ende, hubieran obtenido una ganancia conjunta. Este dilema con frecuencia atrapa a cada persona en un predicamento enloquecedor en el que ambos se percatan de que *podrían* obtener un beneficio mutuo. Pero, al no poder comunicarse, o al no confiar en el

FIGURA 13.1

El clásico dilema del prisionero

En cada casilla, el número por encima de la diagonal es el resultado del prisionero A. Así, si ambos prisioneros confiesan, ambos reciben una sentencia de cinco años. Si ninguno de los dos confiesa, cada uno recibirá una pena de un año. Si uno de ellos confiesa, se le deja en libertad a cambio de la evidencia necesaria para condenar al otro de un delito que conlleva una sentencia de 10 años de prisión. Si usted fuera uno de los prisioneros y no pudiera comunicarse con su compañero, ¿confesaría?



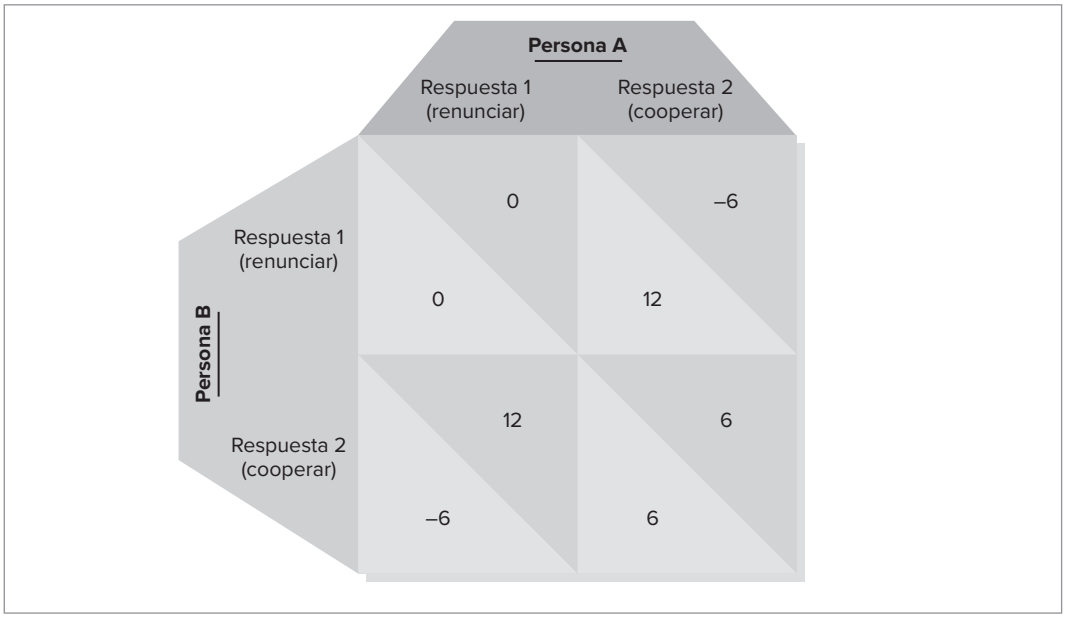


FIGURA 13.2
Versión de laboratorio del dilema del prisionero
Los números representan alguna recompensa, como dinero. En cada casilla, el número por encima de la diagonal es el resultado para la persona A. A diferencia del clásico dilema del prisionero (una decisión de una sola vez), la mayoría de las versiones de laboratorio implican jugadas repetidas.

otro, es frecuente que se "encierren" en una falta de cooperación. Fuera de la universidad hay un sinfín de ejemplos: conflictos costosos y en apariencia irremediables entre israelíes y palestinos en relación con sus fronteras, partidos políticos en relación con impuestos y déficits, y empleadores y huelguistas en relación con los salarios.

Castigar la falta de cooperación del otro podrá parecer una estrategia inteligente, pero en el laboratorio a menudo resulta contraproducente (Dreber et al., 2008). De manera típica, el castigo genera represalias, lo que significa que aquellos que castigan tienden a escalar el conflicto, empeorando sus resultados, mientras que los tipos buenos salen adelante. Lo que los castigadores ven como una reacción defensiva, los castigados lo ven como escalada de agresiones (Anderson et al., 2008). Al defenderse, es posible que golpeen con más fuerza mientras que, todo el tiempo, tan solo consideran que están respondiendo con la misma moneda. En un experimento, los voluntarios utilizaron un dispositivo mecánico para ejercer presión sobre el dedo de alguien después de haberse visto sometidos a presión ellos mismos. Aunque hicieron el intento por responder con el mismo grado de presión, de manera típica respondieron con una fuerza 40% mayor. Así, los toques pronto escalaron hasta convertirse en presiones crecientes, de manera muy similar a un niño que dice: "¡Yo nada más lo *toqué* y después él me *pegó*!" (Shergill et al., 2003).

La tragedia de los comunes

Muchos dilemas sociales involucran a más de dos partes. El cambio climático se deriva de la deforestación y del dióxido de carbono emitido por vehículos, hornos y plantas eléctricas que se alimentan con carbón. Cada automóvil hace una contribución infinitesimal al problema y el daño se esparce entre la totalidad de la población. Para modelar este tipo de predicamento social, los investigadores han desarrollado dilemas de laboratorio que incluyen a una diversidad de personas.

Una metáfora para la naturaleza insidiosa de los dilemas sociales es lo que el ecólogo Garrett Hardin (1968) llamó la **tragedia de los comunes**. Tomó el nombre del pastizal que se localizaba al centro de los pueblos ingleses de la antigüedad. Imagine a 100 granjeros que rodean pastos comunes capaces de sustentar 100 vacas. Cuando cada uno de ellos lleva a una vaca a pastar, el pastizal comunitario se utiliza de manera óptima. Pero entonces, uno de los granjeros piensa, "si traigo a una segunda vaca al pastizal, puede duplicar mi producción a costo de apenas un 1% de sobrepastoreo", y añade una segunda vaca. Lo mismo hacen los demás granjeros. ¿Y el resultado inevitable? La tragedia de los comunes: un lodazal rodeado de vacas que mueren de hambre.

En el mundo actual, los "comunes" pueden referirse al aire, al agua, a los peces, a galletitas o a cualquier otro recurso compartido y limitado. Si todos utilizan el recurso con moderación, puede regenerarse con la misma velocidad con la que se cosecha. El pasto crecerá, los peces se reproducirán y el bote de las galletas podrá volver a llenarse. De lo contrario, ocurre la tragedia de los comunes.

La tragedia de los comunes
"Comunes" se refiere a cualquier recurso compartido, incluyendo aire, agua, fuentes de energía y reservas de alimentos. La tragedia sucede cuando los individuos consumen más de lo que les corresponde y el costo de sus acciones se disemina entre todos, lo que ocasiona el colapso final, la tragedia, de los comunes.

De la misma manera, la contaminación ambiental es la suma de muchas contaminaciones pequeñas, cada una de las cuales beneficia a los contaminadores individuales mucho más de lo que podrían beneficiarse a sí mismos (y al ambiente) si dejaran de contaminar. Tiramos basura por todas partes, en las salas comunes de los dormitorios, en parques y en zoológicos, mientras que mantenemos limpios nuestros espacios particulares. Agotamos nuestros recursos naturales porque los beneficios personales inmediatos de, por ejemplo, pararnos bajo la regadera caliente superan los costos en apariencia inconsecuentes. Los balleneros sabían que otros explotarían las ballenas si ellos no lo hacían y que cazar unas cuantas ballenas difícilmente podría agotar a la especie; y allí es donde radica la tragedia humana. *Un asunto que nos incumbe a todos (la conservación) se convierte en un asunto que no le incumbe a nadie*.

¿Este tipo de individualismo es estadounidense de manera exclusiva? En el contexto de una comunidad más colectiva, Japón, Kaori Sato (1987) dio a sus estudiantes la oportunidad de cultivar, por ganancias reales, árboles en un bosque simulado. Los estudiantes compartieron el costo de plantar el bosque de manera equitativa. Pero el resultado fue el mismo que en las culturas occidentales. Más de la mitad de los árboles se cosecharon antes de que crecieran a un tamaño más provechoso.

El bosque de Sato me recuerda [DM] al bote de galletas de mi familia, que se volvía a llenar cada semana. Lo que *debimos* hacer fue conservar las galletas de manera que pudiéramos disfrutar dos o tres a diario. Pero ante la falta de reglas y temerosos de que los demás miembros de la familia pronto se acabarían el recurso, lo que hacíamos, de hecho, era maximizar nuestro consumo individual de galletas atragantándonos con una tras otra. El resultado era que las galletas se acababan al cabo de 24 horas y el bote quedaba vacío durante el resto de la semana.

Cuando los recursos no se racionan, es frecuente que las personas consuman más de lo que se percatan (Herlocker et al., 1997). Cuando se pasa un platón de puré de papas alrededor de una mesa con 10 comensales, es más probable que los primeros se sirvan una ración desproporcionada que cuando se pasa un platón con 10 piernas de pollo.

Los juegos del dilema del prisionero y de la tragedia de los comunes tienen varias características semejantes.

Resulta tentador acaparar un recurso que otras personas también querrán. Pero si todo el mundo lo acapara, el recurso se agotará con prontitud. De todos modos, jamás podrá llevarse todas esas galletas en un solo viaje.
©Corbis Premium/Alamy Stock Photo

El error fundamental de atribución

En primer lugar, ambos juegos incitan a las personas a *explicar sus propios comportamientos en términos situacionales* ("tuve que protegerme en contra del abuso de mi oponente") y a explicar el comportamiento de sus contrincantes de forma disposicional ("es una avara", "él no es digno de confianza"). La mayoría de las personas jamás se dan cuenta de que sus contrapartes los están viendo con el mismo error fundamental de atribución (Gifford y Hine, 1997; Hine y Gifford, 1996).

Cuando los musulmanes matan a estadounidenses, la prensa occidental atribuye los asesinatos a la disposición malévola de los primeros; a los terroristas primitivos, fanáticos y dignos de odio. Cuando un soldado estadounidense mató a 16 afganos, incluyendo a nueve niños, se dijo que estaba bajo estrés económico, que sufría de problemas maritales y que se había sentido frustrado porque se le había pasado por alto para un ascenso (Greenwald, 2012). Las explicaciones de la violencia varían dependiendo de si el acto se comete en contra del bando propio o del contrario.

Motivos cambiantes

En segundo lugar, *es frecuente que los motivos cambien*. Al principio, las personas están ansiosas por hacer dinero rápido, después, por minimizar sus pérdidas y, por último, por guardar las apariencias y evitar la derrota (Brockner et al., 1982; Teger, 1980). Estos motivos variables son impactantemente semejantes a aquellos que se dieron durante la antesala de la Guerra de Vietnam en el decenio de 1960. Al principio, los discursos del presidente Johnson expresaban su preocupación por la democracia, la libertad y la justicia. A medida que escaló el conflicto, su preocupación cambió a preservar el honor de Estados

Unidos y de evitar la humillación nacional de perder una guerra. Lo mismo sucedió en la guerra contra Irak, que al inicio se justificó como necesaria para eliminar las armas de destrucción masiva de Saddam Hussein y después (cuando no se encontró ninguna) para destituir a Hussein.

Los resultados no tienen que sumar cero

Tercero, la mayoría de los conflictos de la vida real, como el dilema del prisionero y la tragedia de los comunes, **son juegos de no suma cero**. Las ganancias y pérdidas de ambas partes no tienen que sumarse para dar cero. Ambos lados pueden ganar, ambos pueden perder. Cada juego enfrenta los intereses inmediatos del individuo contra el bienestar del grupo. Cada uno es una trampa social diabólica que muestra cómo pueden producirse daños, incluso cuando cada individuo se comporta de manera racional. Ninguna persona maliciosa quiso que la atmósfera del planeta se calentara debajo de una cobija de dióxido de carbono.

juegos de no suma cero
Juegos en los que el desenlace no necesita sumar cero. Por medio de la cooperación, ambas partes pueden ganar; a través de la competencia, ambas pueden perder (también denominadas *situaciones de motivos mixtos*).

No todas las conductas interesadas conducen a la perdición colectiva. Cuando los comunes son abundantes, como lo eran en el mundo del economista capitalista del siglo XVIII, Adam Smith (1776, p. 18), los individuos que buscan maximizar sus propias ganancias también pueden darle a la comunidad lo que esta necesita. "No es de la benevolencia del carnicero o del cervecero o del panadero que esperamos obtener nuestra cena —observó—, sino a través de la consideración de sus propios intereses".

Resolución de dilemas sociales

En las situaciones de la vida real, muchas personas abordan los dilemas de los comunes con una perspectiva cooperativa y esperan la misma cooperación de los demás, lo que permite su mejora colectiva (Krueger et al., 2012; Ostrom, 2014). Las investigaciones sobre los dilemas en laboratorio han identificado diversas maneras de alentar este tipo de beneficio mutuo (Gifford y Hine, 1997; Nowak, 2012).

"Como los antiguos cazadores de búfalos, los pescadores tienen el incentivo personal de generar lo más que puedan este año, incluso si están destruyendo su propia profesión en el proceso".

—John Tierney, "Where the Tuna Roam", 2006

REGLAMENTACIÓN Si los impuestos fuesen completamente voluntarios, ¿cuántas personas pagarían lo que deben? Las sociedades modernas no dependen de la caridad para pagar sus escuelas, parques y seguridad social y militar. También desarrollamos reglas que protegen el bien común. Desde hace mucho tiempo, la pesca y la cacería se han regulado a través de temporadas y límites locales; en todo el mundo, la Comisión Ballenera Internacional determina una caza acordada que permite que las ballenas se reproduzcan. De la misma manera, donde las industrias pesqueras, como la de fletán en Alaska, han implementado proporciones de pesca (que garantizan que cada pescador reciba un porcentaje de la captura total de la temporada) la sobrepesca se ha reducido de manera significativa (Costello et al., 2008).

En la vida cotidiana, sin embargo, la reglamentación implica costos: los costos asociados con la administración e implementación de la propia reglamentación y los costos de una libertad individual limitada. Así, surge una pregunta política volátil: ¿en qué momento el costo de la reglamentación excede sus beneficios?

LO PEQUEÑO ES BELLO Existe otra manera de resolver los dilemas sociales: crear grupos pequeños. En comunidades pequeñas, cada persona se siente más responsable y eficaz (Kerr, 1989). A medida que el grupo aumenta de tamaño, es más probable que las personas piensen: "De todos modos, no pude haber hecho ninguna diferencia"; una excusa común para la falta de cooperación (Kerr y Kaufman-Gilliland, 1997).

En los grupos pequeños, las personas también se sienten más identificadas con el éxito del grupo. La estabilidad residencial, cuando las mismas familias permanecen dentro de un mismo vecindario, también fortalece la identidad comunitaria y el comportamiento en pro de la comunidad. En la pequeña isla del Noroeste del Pacífico en la que crecí [DM], nuestro pequeño vecindario compartía una fuente comunitaria de agua. En los días calurosos en que las reservas bajaban de nivel, se prendía una luz que nos indicaba a las 15 familias que necesitábamos conservarla. Al reconocer la responsabilidad que teníamos para con los demás y al sentir que cada uno conservara agua en realidad hacía una diferencia, cada quien hacía lo que debía. El depósito jamás se quedó sin agua.

"Porque aquello que es común al mayor número es lo que menos cuidados recibe".

—Aristóteles (384-322 a. C.)

En el caso de comunes de mucho mayor tamaño (una ciudad, digamos) la conservación voluntaria tiene menor éxito. A medida que la Ciudad del Cabo se convirtió en la primera ciudad importante en quedarse sin agua en el 2018, se advirtió a sus casi cuatro millones de habitantes que tomaran medidas extremas de conservación. Sin embargo, era fácil que cualquier individuo en

Lo pequeño es cooperativo. En la Isla de Muck de Escocia, el oficial Lawrence MacEwan no tiene problema alguno para vigilar a los 33 residentes de la isla. En sus más de 40 años en el puesto, jamás se había presentado un delito (*Scottish Life*, 2001). En 2010, una pelea entre dos amigos que habían estado bebiendo durante una boda se convirtió en el primer delito registrado en 50 años, pero a la mañana siguiente, se dieron un apretón de manos y todo quedó saldado (Cameron, 2010). En 2015, la isla cercana de Canna experimentó "el crimen del siglo" (el primer delito desde el decenio de 1960) cuando unos ladrones se llevaron botes, alimentos y dinero de la tienda local. La puerta de la tienda se dejaba sin cerrar para que los pescadores que se hubieran refugiado en el embarcadero durante la noche pudieran tomar lo que necesitaban; pagaban sus compras depositando su dinero en una "caja de honradez".
©Catherine Karnow

particular pensara: "el que jale la cadena del excusado o que tome un baño no va a hacer una diferencia notable en el estanque de la ciudad". Así, tanto residentes como comerciantes no conservaron tanta agua como se tenía anticipado, acelerando el agotamiento de las presas (Maxmen, 2018).

El psicólogo evolutivo Robin Dunbar (1992, 2010) señala que los pueblos tribales y los clanes con frecuencia tienen un promedio de 150 habitantes; suficientes como para ofrecer apoyo y protección mutua, pero no más personas de las que puede vigilar una sola. Así también, según este investigador, este tamaño de grupo en apariencia natural es el tamaño óptimo para las organizaciones empresariales, las congregaciones religiosas y las unidades de combate militar.

"Mi creencia personal es que los comportamientos ruso y chino están tan influidos por las sospechas de nuestras intenciones como la nuestra está influida por una sospecha de las suyas. Eso significaría que tenemos una enorme influencia sobre su comportamiento: al tratarlos como hostiles, estamos garantizando su hostilidad".

— J. William Fulbright, senador de Estados Unidos, *A New Internationalism,* 1971

COMUNICACIÓN A fin de resolver un dilema social, las personas necesitan comunicarse. En el laboratorio, al igual que en la vida real, la comunicación de grupo en ocasiones degenera en amenazas e insultos (Deutsch y Krauss, 1960). Con más frecuencia, la comunicación permite la cooperación (Bornstein et al., 1988, 1989). La discusión de dilemas fomenta la identidad de grupo, lo que aumenta el interés por el bienestar de todos. Crea normas y expectativas grupales y presiona a sus miembros a seguirlas. Permite que se comprometan a la cooperación (Bouas y Komorita, 1996; Drolet y Morris, 2000; Kerr et al., 1994, 1997; Pruitt, 1998). Los seres humanos, gracias a que contamos con un lenguaje avanzado, somos la especie más cooperativa y recíprocamente altruista (Nowak, 2012).

Un ingenioso experimento del investigador Robyn Dawes (1980a, 1994) ilustra la importancia de la comunicación. Imagine que un experimentador le ofrece una elección a usted y a otros seis desconocidos: cada uno de ustedes puede recibir seis dólares, o bien puede donar sus seis dólares a los demás. Si todos donan sus seis dólares, el experimentador duplicará la cantidad que recibieron. A nadie se le dirá si cada quien eligió quedarse con sus seis dólares o donarlos. Así, si los siete donan su dinero, todo el mundo se lleva 12 dólares. Si solo usted se queda con sus seis dólares y los demás donan los suyos, usted terminará con 18 dólares. Si usted dona su dinero y los demás no lo hacen, se quedará en blanco. En este experimento, la cooperación es mutuamente ventajosa, pero implica un riesgo. Dawes encontró que, sin discusión alguna, alrededor de 30% de las personas donaban su dinero. Por medio de un debate, en el que podía establecerse la confianza y la cooperación, alrededor de 80% de las personas lo hacía.

La comunicación abierta y franca entre dos partes reduce la desconfianza. Sin la comunicación, aquellos que esperan que los demás no cooperen por lo general se rehusarán a cooperar ellos

mismos (Messé y Sivacek, 1979; Pruitt y Kimmel, 1977). Las personas desconfiadas son, casi con seguridad, poco cooperativas (para protegerse de la desventaja). A su vez, la falta de cooperación alimenta una mayor desconfianza ("¿Qué más podía hacer? ¡Este es un mundo despiadado!"). En los experimentos, la comunicación reduce la desconfianza y permite que las personas lleguen a acuerdos que conduzcan a una mejora común.

A fin de cambiar el comportamiento, muchas ciudades han cambiado la matriz de pagos. Los carriles rápidos exclusivos para automóviles compartidos aumentan los beneficios de compartir el auto y de los vehículos con bajas emisiones, así como los costos de manejar a solas.
©Ted Foxx/Alamy Stock Photo

CAMBIO DE PAGOS En el laboratorio, la cooperación aumenta cuando los experimentadores cambian la matriz de pagos a fin de recompensar la cooperación y castigar el abuso (Balliet et al., 2011). Cambiar los pagos o recompensas también ayuda a resolver dilemas verdaderos. En algunas ciudades, las autopistas se congestionan y el aire se contamina porque las personas prefieren la conveniencia de manejar a sus trabajos a solas. Cada uno sabe que solo un auto más no va a añadir notablemente a la congestión y a la contaminación. Para alterar los cálculos personales de costo-beneficio, muchas ciudades ahora les ofrecen incentivos a quienes comparten sus autos y a quienes utilizan vehículos de bajas emisiones, como carriles designados o cuotas reducidas.

APELACIÓN A NORMAS ALTRUISTAS Hemos visto que aumentar los sentimientos de responsabilidad de los espectadores por otras personas incrementa el altruismo. ¿Apelar a los motivos altruistas también podría incitar a las personas a actuar en beneficio de todos?

La evidencia es heterogénea. Por una parte, solo *saber* las consecuencias funestas de la falta de cooperación tiene efectos mínimos. Quizá suceda que las personas se den cuenta de que sus elecciones interesadas son mutuamente destructivas, pero siguen tomándolas. Las personas saben que el cambio climático está sucediendo, pero siguen comprando vehículos gigantes que gastan cantidades insospechadas de gasolina. Como hemos visto en repetidas ocasiones en este libro, hay veces que las actitudes no logran influir en el comportamiento. *Saber* lo que es bueno no conduce por necesidad a *hacer* lo que es bueno.

Aun con todo eso, la mayoría de las personas sí acatan las normas de responsabilidad social, reciprocidad y equidad y cumplen con sus compromisos (Kerr, 1992). El problema es cómo acceder a esos sentimientos. Una manera de hacerlo es a través de la influencia de un líder carismático que inspire a los otros a cooperar (De Cremer, 2002). En China, aquellas personas a las que se educó durante la era de la economía planeada de Mao, una era en la que se dio importancia a la distribución equitativa de las riquezas, hacen más elecciones cooperativas en los juegos de dilema social que quienes no recibieron esa educación (Zhu et al., 2013).

Otra manera de hacerlo es definiendo las situaciones en formas que invoquen las normas cooperativas. En un experimento, solo un tercio de los participantes cooperaron en una simulación a la que le pusieron por nombre "El juego de Wall Street", pero participaron dos tercios cuando le cambiaron el nombre al mismo dilema social para que se llamara "Juego comunitario" (Liberman et al., 2004).

Las normas y las expectativas importan: la cooperación no suele resaltarse en el piso de negociaciones del mercado accionario, pero sí se destaca en muchos grupos comunitarios y otros sitios de trabajo.
©Geber86/Getty Images

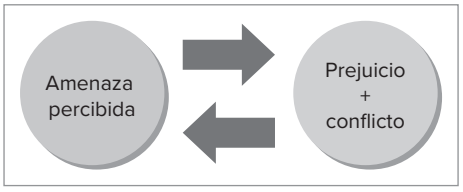
"Jamás en el terreno de los conflictos humanos tantas personas han debido tantísimo a tan pocos".

—Sir Winston Churchill, Cámara de los comunes, 20 de agosto de 1940

La comunicación también puede activar las normas altruistas. Al permitir que se comuniquen, los participantes de muchos juegos de laboratorio con frecuencia apelan a la norma de la responsabilidad social: "si renuncias al resto de nosotros, es algo con lo que tendrás que lidiar el resto de tu vida" (Dawes et al., 1977). De modo que Robyn Dawes (1980a) y sus colaboradores les dieron a los participantes un breve discurso relacionado con los beneficios, aprovechamiento y ética de los grupos. Después, los participantes se unieron a uno de los juegos de dilema. El discurso funcionó: las personas eligieron sacrificar las ganancias individuales inmediatas por el bien común.

¿Estas apelaciones podrían funcionar en el caso de dilemas a gran escala? En el decenio de 1960, durante la lucha a favor de los derechos civiles, muchas personas accedieron en forma voluntaria a sufrir acoso, golpizas y prisión en aras de la mayoría. Durante las épocas de guerra, las personas hacen importantes sacrificios personales por el bien de su grupo. Como lo dijo Winston Churchill acerca de la Batalla de Inglaterra, las acciones de los pilotos de la Real Fuerza Aérea fueron genuinamente altruistas: muchas personas les debieron todo a aquellos que se enfrascaron en las diferentes batallas aéreas sabiendo que había grandes probabilidades, alrededor de 70% por un periodo promedio de servicio, de que no sobrevivieran (Levinson, 1950).

En resumen, podemos minimizar los alicientes destructivos de los dilemas sociales estableciendo reglas que normen las conductas deseadas, manteniendo pequeños a los grupos, permitiendo que las personas se comuniquen, cambiando pagos para hacer que la cooperación tenga más recompensas e invocando normas altruistas apremiantes.



COMPETENCIA

Es frecuente que surjan hostilidades cuando los grupos compiten por trabajos, viviendas o recursos que escasean. Donde hay un choque de intereses, el conflicto surge. Sentirse intimidados, como por causa de amenazas terroristas o económicas, predice un creciente autoritarismo de derecha en los ciudadanos holandeses (Onraet et al., 2014). De manera similar, los bombardeos terroristas en Londres aumentaron los sentimientos antimusulmanes y antiinmigrantes en Gran Bretaña (Van de Vyver et al., 2016). Incluso las amenazas percibidas que son distantes, a causa del crecimiento poblacional de otro grupo étnico o de una enfermedad pandémica, pueden aumentar la intolerancia de las personas (Beall et al., 2016; Bouman et al., 2015). Además, las amenazas percibidas no solo alimentan el prejuicio y el conflicto, el prejuicio mismo, en un círculo vicioso, también amplifica la percepción de una amenaza (Bahns, 2017).

A fin de estudiar el efecto de la competencia, podríamos dividir a los participantes de manera aleatoria en dos grupos, hacer que compitan por un recurso escaso, y analizar lo que suceda. Eso es precisamente lo que hicieron Muzafer Sherif (1966) y sus colaboradores en una famosa serie de experimentos con niños de 11 y 12 años de edad. La inspiración para dichos experimentos se remontó a lo que Sherif atestiguó de adolescente cuando las tropas griegas invadieron su provincia de Turquía en 1919.

Un hecho poco conocido: ¿cómo es que Sherif observó a los niños de manera velada sin inhibir su comportamiento? Se convirtió en el encargado de mantenimiento del campamento (Williams, 2002). Los críticos afirman que Sherif y su equipo alentaron el conflicto a fin de confirmar sus expectativas acerca de la toxicidad de la competencia y los beneficios de la cooperación (Perry, 2018).

> Empezaron a matar personas a diestra y siniestra. [Eso] tuvo un enorme impacto sobre mí. Fue en ese preciso momento en que me interesé en comprender las razones por las que sucedían esas cosas entre los seres humanos... Quería aprender la ciencia o especialización que se necesitara para comprender este salvajismo entre grupos (citado por Aron y Aron, 1989, p. 131).

Después de estudiar las raíces sociales del salvajismo, Sherif introdujo los elementos aparentemente esenciales en diversas experiencias de campamento de verano de tres semanas de duración. En un estudio, dividió a 22 niños de Oklahoma City, que no se conocían, en dos grupos, los llevó a un campamento de los *Boy Scouts* en camiones separados y los instaló en cabañas dormitorio situadas a casi un kilómetro de distancia en el Parque Estatal de Robber's Cave de Oklahoma. Durante la mayor parte de la primera semana, cada grupo permaneció ignorante de la existencia del otro. Al cooperar en diversas actividades, preparación de comidas, acampar en exteriores, arreglar un estanque para nadar, construir un puente de cuerda, cada grupo pronto se volvió muy unido. Se dieron nombres: Cascabeles y Águilas. Como demostración de los sentimientos positivos, apareció un cartel en una de las cabañas: "Hogar, dulce hogar".

Una vez establecida la identidad grupal, se preparó el escenario para el conflicto. Cerca del final de la primera semana, los Cascabeles descubrieron a las Águilas "en 'nuestro' campo de béisbol". Cuando el personal del campamento propuso un torneo de actividades de competencia entre ambos grupos (juegos de béisbol, tirar de la cuerda, inspecciones de cabaña, búsquedas de

tesoro y así sucesivamente), ambos grupos respondieron con gran entusiasmo. Era una competencia en la que uno de los grupos tenía que perder. Los trofeos (medallas y navajas) irían, en su totalidad, al ganador de la contienda.

¿El resultado? El campamento degeneró hasta caer en la guerra abierta. Se convirtió en algo similar a *El señor de las moscas*, de William Golding, que muestra la desintegración social de unos muchachos atrapados en una isla. En el estudio de Sherif, el conflicto empezó cuando cada lado empezó a insultar al otro durante las actividades competitivas. Pronto escaló a "guerras de basura" en los comedores, a la quema de banderas, al saqueo de cabañas e, incluso, a peleas a puño limpio. Al pedirles que describieran al grupo contrario, los niños se referían a ellos como "tramposos", "payasos" y "apestosos", pero describían a su propio grupo como "valiente", "fuerte" y "amistoso". Fue una experiencia difícil que condujo a algunos de los niños a mojar sus camas, escaparse, sentir añoranza por sus hogares y recuerdos posteriores de una experiencia infeliz (Perry, 2014).

La situación de ganar-perder había producido un conflicto intenso, imágenes negativas del exogrupo y fuerte cohesión y orgullo endogrupales. Sin duda, esta polarización grupal exacerbó el conflicto. En situaciones que fomentan la competencia, los grupos se comportan de maneras más competitivas de lo que lo hacen los individuos (Wildschut et al., 2003, 2007). Incluso después de escuchar mensajes a favor de la tolerancia, la discusión intragrupal con frecuencia aumenta mucho el desagrado por el grupo conflictivo (Paluck, 2010).

Todo esto se dio sin que hubiera diferencias culturales, físicas o económicas entre ambos grupos y con muchachos que representaban la "crema y nata" de sus comunidades. Sherif señaló que si hubiéramos visitado el campamento en ese momento, hubiéramos concluido que "estos eran un montón de jóvenes maliciosos, trastornados y salvajes" (1966, p. 85). En realidad, su comportamiento malévolo se había visto detonado por una situación malévola. Por fortuna, como veremos, Sherif no solo convirtió a desconocidos en enemigos, sino que también transformó enemigos en amigos.

INJUSTICIA PERCIBIDA

"¡Eso es injusto!", "¡Qué engaño!", "¡Merecemos mucho más que eso!". Este tipo de comentarios tipifica los conflictos que se generan por la injusticia percibida.

Pero, ¿y qué es la "justicia"? Según algunos teóricos de la psicología social, las personas perciben que la justicia es equivalente a la equidad: la distribución de recompensas en proporción a las contribuciones del individuo (Starmans et al., 2017; Walster et al., 1978). Si usted y "Jamie" tienen una relación (empleador-empleado, maestro-estudiante, esposa-esposo, colega-colega), será equitativa si

$$\frac{\text{Sus resultados}}{\text{Sus contribuciones}} = \frac{\text{Los resultados de Jamie}}{\text{Las contribuciones de Jamie}}$$

"Haz por los demás 25% más de lo que esperarías que hicieran por ti a fin de corregir el error subjetivo".

—Linus Pauling, respuesta a una de las preguntas del público en la Universidad de la Península de Monterey, 1961

La competencia detona el conflicto. En situaciones que fomentan la competencia, los grupos actúan de manera más competitiva, como en el caso de esta incursión, de lo que lo hacen los individuos.
Fuente: Muzafer Sherif

Si usted contribuye más y se beneficia menos que Jamie, se sentirá explotado e irritado; también es posible que Jamie se sienta como explotador y que experimente culpa. No obstante, es más probable que usted esté más sensibilizado a la equidad de lo que esté Jamie (Greenberg, 1986; Messick y Sentis, 1979).

Igualdad = mismos resultados
Equidad = resultados proporcionales a las contribuciones de las persona

Es posible que coincidamos con la definición de justicia de acuerdo con el principio de equidad, pero que no concordemos con que la relación sea equitativa. Si dos personas son colegas, ¿qué consideraría como contribución relevante cada una de ellas? Es posible que la que tenga mayor edad esté a favor de basar el pago según la experiencia, mientras que la de menor edad quiera hacerlo con base en la productividad real. Dado un desacuerdo como este, ¿qué definición tiene probabilidades de prevalecer? Por lo general, aquellos que cuentan con poder social se convencen a sí mismos y a otros que merecen lo que están obteniendo (Guinote, 2017; Mikula, 1984). A esto se le ha denominado la regla "de oro": quien tiene el oro hace las reglas.

Los críticos argumentan que la equidad no es la única definición concebible de justicia (tómese un momento: ¿se le ocurre alguna otra?) Edward Sampson (1975) argumentaba que los teóricos de la equidad suponen, de manera errónea, que los principios económicos que guían a las naciones capitalistas de Occidente no son universales. Algunas culturas no capitalistas definen la justicia no como equidad, sino como *igualdad* o, incluso, como *satisfacción de necesidades*: "De cada uno según sus capacidades, a cada uno según sus necesidades" (Karl Marx). En comparación con los estadounidenses individualistas, los niños y adultos educados bajo la influencia de las culturas colectivistas como China, India y África rural, han definido la justicia más como igualdad o satisfacción de necesidades (Hui et al., 1991; Leung y Bond, 1984; Schäfer et al., 2015).

¿Sobre qué base *deberían* distribuirse las recompensas? ¿Mérito? ¿Igualdad? ¿Necesidad? ¿Alguna combinación de todas las anteriores? El filósofo John Rawls (1971) nos invitó a considerar un futuro en el que nuestro propio sitio en la escalera económica fuese desconocido. ¿Qué estándar de justicia es el que preferiríamos?

PERCEPCIONES ERRÓNEAS

Recuerde que el conflicto es la incompatibilidad *percibida* de acciones o metas. Muchos conflictos contienen un pequeño núcleo de metas en verdad incompatibles; el problema mayor es el de las percepciones erróneas de los motivos y metas del otro. Las Águilas y los Cascabeles en realidad tenían algunas metas incompatibles. Pero sus percepciones magnificaron sus diferencias de manera subjetiva (**figura 13.3**).

En capítulos anteriores hemos considerado las semillas de las percepciones erróneas:

- El *sesgo en beneficio propio* conduce tanto a individuos como a grupos a aceptar el crédito por sus buenas acciones y a evitar la responsabilidad por las malas acciones.
- Una tendencia a la *autojustificación* inclina a las personas a negar lo incorrecto de sus actos malévolos ("¿Y a eso le dices golpe? ¡Casi ni lo toqué!").
- Gracias al *error fundamental de atribución*, cada parte ve la hostilidad del otro como reflejo de su mala disposición.
- Después, filtramos la información y la interpretamos para que se ajuste a nuestras *preconcepciones*.
- A menudo, los grupos *polarizan* estas tendencias sesgadas que los benefician a sí mismos y los justifican.

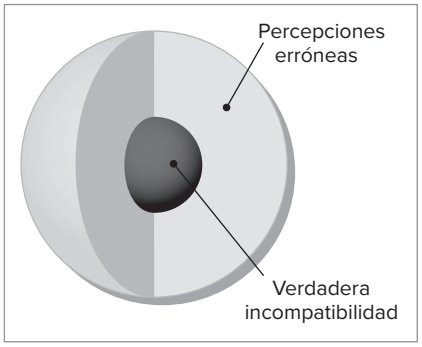


FIGURA 13.3
Muchos conflictos contienen un núcleo de metas en verdad incompatibles rodeado por un exterior más grande de percepciones erróneas.

- Un síntoma del *pensamiento grupal* es una tendencia a percibir el propio grupo como moral y fuerte, y a la oposición como malévola y débil. Los actos de terrorismo que a los ojos de la mayoría representan una brutalidad despreciable, otros los ven como una guerra santa.
- De hecho, el mero acto de encontrarse al interior de un grupo detona un *sesgo endogrupal*.
- Los *estereotipos* negativos del exogrupo, una vez formados, con frecuencia son resistentes a la evidencia que los contradice.

Así entonces, no debería sorprendernos, aunque sí nos debería dar mucho qué pensar, descubrir que las personas que se encuentran en conflicto se forman imágenes distorsionadas las unas de las otras. Sin importar el lugar del mundo en que usted viva, ¿no es verdad que la última vez que su país fue a la guerra se adornó de una virtud moral; que se preparó para la guerra mediante la demonización del enemigo; que la mayoría del pueblo aceptó el argumento a favor de la guerra que hizo el gobierno y que se reunió en torno a la bandera? Muestre a los psicólogos sociales Ervin Staub y Daniel Bar-Tal (2003) a un grupo enfrascado en un conflicto irresoluble y ellos le mostrarán a un grupo que

- considera que sus propias metas son importantes en extremo,
- se enorgullece de "nosotros" y los desprecia a "ellos",
- cree que se le ha victimizado,
- eleva el patriotismo, la solidaridad y la lealtad a las necesidades de su propio grupo y
- celebra el sacrificio propio y
- reprime las críticas.

"La agresión genera patriotismo y el patriotismo reduce la disensión".

—Maureen Dowd, "The Iceman Cometh", 2003

Aunque es más que probable que uno de los lados de un conflicto esté actuando con una mayor virtud moral, el punto es que las imágenes de los enemigos son predecibles. Incluso los tipos de percepciones erróneas son intrigantemente predecibles.

Percepciones de imagen en espejo

A un grado impresionante, las percepciones erróneas de aquellos que se encuentran en conflicto son mutuas. Cuando el psicólogo estadounidense Urie Bronfenbrenner (1961) visitó la Unión Soviética en 1960 y conversó con muchos ciudadanos comunes y corrientes en ruso, le sorprendió escucharlos decir las mismas cosas acerca de Estados Unidos que los estadounidenses decían sobre la URSS. Los soviéticos afirmaban que el gobierno de Estados Unidos era agresivo desde el punto de vista militar; que explotaba y engañaba al pueblo estadounidense; que en términos diplomáticos, no había manera en que se pudiera confiar en él. "Lenta y con dolor, resultaba más que evidente que la imagen distorsionada que los rusos tenían de nosotros era curiosamente similar a nuestros puntos de vista relacionados con ellos; que era una imagen en espejo".

Cuando existen dos partes que tienen percepciones encontradas, al menos una de las dos está percibiendo a la otra de manera errada. Y cuando existe este error en la percepción, señaló Bronfenbrenner: "Se presenta un fenómeno sin paralelo en cuanto a la gravedad de las consecuencias... *ya que es característico que tales imágenes se confirmen a sí mismas*". Si A espera que B sea hostil, es posible que A trate a B de tal manera que B satisfaga las expectativas de A, con lo que se inicia un círculo vicioso (Kennedy y Pronin, 2008).

Morton Deutsch (1986) explica:

> Escucha un falso rumor de que uno de sus amigos está diciendo cosas desagradables sobre usted, lo desdeña; entonces, él habla mal de usted, confirmando sus expectativas. De manera similar, si los legisladores de Oriente y Occidente creen que la guerra es inminente y cualquiera de los dos aumenta su seguridad militar frente al otro, la respuesta del otro justificará la estrategia inicial.

percepciones de imagen en espejo
Puntos de vista recíprocos que a menudo tienen de sí las partes en conflicto; por ejemplo, es posible que cada una se considere como moral y pacífica, y a la otra como malévola y agresiva.

Las **percepciones de imagen en espejo** que son negativas han representado un obstáculo para la paz en muchos lugares:

- *Percepciones en Medio Oriente*. Ambas partes de conflicto árabe-israelí insisten en que "nosotros" estamos motivados por nuestra necesidad de proteger nuestra seguridad y nuestro territorio, mientras que "ellos" quieren aniquilarnos y adueñarse de nuestras tierras. "Nosotros" somos el pueblo originario, "ellos" son los invasores. "Nosotros" somos las víctimas, "ellos" los agresores (Bar-Tal, 2004, 2013; Heradstveit, 1979; Kelman, 2007). Dada la intensidad de la desconfianza, las negociaciones se vuelven casi imposibles.
- *¿Qué define al terrorismo?* El terrorismo está en la vista de quien lo contempla. En el Medio Oriente, una encuesta pública de opinión encontró que 98% de los palestinos coincidían en que los 29 palestinos muertos a causa de un israelí que portaba un arma de asalto dentro de una mezquita constituía terrorismo y que 82% *no* estuvo de acuerdo con que la muerte de 21 jóvenes israelíes a manos de un bombardero suicida de palestina constituía terrorismo (Kruglanski y Fishman, 2006). Del mismo modo, los israelíes han respondido a la violencia con mayores percepciones de las intenciones malévolas de los palestinos (Bar-Tal, 2004, 2013).

Las percepciones confirmadoras de imagen en espejo son la marca distintiva de los conflictos intensos.
©asiseeit/E+/Getty Images

- *Sesgo de mi lado*. Las personas, independientemente de su inteligencia, también exhiben un *sesgo de mi lado*. En un experimento, los estudiantes estadounidenses tuvieron muchas más probabilidades de estar a favor de prohibir que un automóvil alemán propenso a los accidentes circulara por las calles de Estados Unidos a que un auto estadounidense con problemas similares circulara en Alemania (Stanovich et al., 2013). Incluso la tortura parece más justificada desde el punto de vista moral cuando la llevamos a cabo "nosotros", a diferencia de "ellos".
- *Polarización política*. En el polarizado Estados Unidos, tanto demócratas como republicanos ven amor y benevolencia de su lado y odio y malevolencia del otro (Waytz et al., 2014).

Como lo señaló Philip Zimbardo (2004), tales conflictos implican "un mundo de dos categorías; de gente buena, como NOSOTROS y de gente mala, como ELLOS". "De hecho —señalaron Daniel Kahneman y Jonathan Renshon (2007)—, todos los sesgos que se han descubierto en los 40 años de investigaciones psicológicas conducen a la guerra. Estos sesgos inclinan a los líderes nacionales a exagerar las intenciones malévolas de sus adversarios, a juzgar la manera en que estos los perciben, a mostrarse optimistas de manera exagerada cuando empiezan las hostilidades y exageradamente renuentes a hacer las concesiones necesarias en las negociaciones".

"El pueblo estadounidense es bueno, pero sus líderes son malos".

—Adul Gesan, tendero de Bagdad, después del bombardeo de Irak a manos de Estados Unidos en 1998

Los lados contrarios en un conflicto tienden a exagerar sus diferencias. En cuanto a los temas de aborto y política, los partidarios perciben diferencias exageradas por parte de sus adversarios; quienes por lo general concuerdan con ellos mucho más de lo que se imaginarían (Chambers et al., 2006). En los temas de inmigración y acción afirmativa, los partidarios no son tan liberales y los opositores no son tan conservadores como lo suponen sus adversarios (Sherman et al., 2003). Los lados contrarios también tienden a tener una "ceguera de sesgos", señala Cynthia McPherson Frantz (2006). Ven sus propias deliberaciones como no sesgadas por su agrado o desagrado por los demás, pero quienes no concuerdan con ellos les parecen injustos y tendenciosos.

Con frecuencia, los conflictos grupales se ven impulsados por una ilusión de que los líderes principales del enemigo son malvados pero que su pueblo, a pesar de estar bajo su control y manipulación, en realidad está a favor de nosotros. Esta percepción *líder malvado-pueblo bondadoso* caracterizó la percepción que estadounidenses y rusos tenían los unos de los otros durante la totalidad de la Guerra Fría. Estados Unidos entró al conflicto de Vietnam al creer que en las áreas bajo el dominio de los "terroristas" del Vietcong, muchas de las personas eran aliadas en espera de las fuerzas de Estados Unidos. Como lo reveló mucha información oculta en el momento, tales creencias no pasaban de ser deseos ilusorios. En 2003, Estados Unidos inició la guerra de Irak bajo la presunción de la existencia de "una vasta red subterránea que se levantaría en apoyo a las fuerzas de coalición para asistir en las tareas de seguridad y procuración de justicia" (Phillips, 2003). Por desgracia, la amplia red jamás se materializó y el vacío de seguridad de la posguerra permitió los saqueos, el sabotaje y los ataques persistentes en contra de las fuerzas estadounidenses (vea Acercamiento a la investigación: percepciones erróneas y guerra).

Pensamiento simplista

Cuando las tensiones aumentan, como sucede durante las crisis internacionales, el pensamiento racional se vuelve cada vez más difícil (Janis, 1989). Las perspectivas relacionadas con el enemigo se vuelven más simplistas y estereotipadas y los juicios apresurados son más probables. Incluso la mera expectativa de un conflicto puede servir para paralizar el pensamiento e impedir la solución creativa de problemas (Carnevale y Probst, 1998). El psicólogo social Philip Tetlock (1988) observó patrones inflexibles de pensamiento al analizar la complejidad de la retórica estadounidense y rusa desde 1945. Durante el sitio a Berlín, la Guerra de Corea y la invasión rusa de Afganistán, las afirmaciones políticas se simplificaron y redujeron a términos absolutos de malo contra bueno.

Algunos investigadores también han analizado la retórica política anterior al inicio de guerras importantes, ataques militares sorpresa, conflictos en Medio Oriente y revoluciones (Conway et

al., 2001). En casi cada caso, los líderes atacantes mostraron un pensamiento simplista creciente de nosotros somos buenos/ellos son malos inmediatamente antes de sus acciones agresivas. Pero los *alejamientos* de la retórica simplista de manera típica precedieron los acuerdos Estados Unidos-Rusia, informó Tetlock. Su optimismo se vio confirmado cuando el presidente Reagan viajó a Moscú en 1988 para firmar el tratado Estados Unidos-URSS de fuerzas nucleares de rango intermedio (INF) y cuando más tarde Gorbachov visitó Nueva York e informó a la organización de las Naciones Unidas que retiraría 500 000 tropas soviéticas de Europa del Este:

> Me gustaría creer que nuestras esperanzas se verán equiparadas por nuestros esfuerzos conjuntos por finalizar esta era de guerras, confrontación y conflictos regionales, de agresiones en contra de la naturaleza, del terror del hambre y la pobreza, así como del terrorismo político. Esta es nuestra meta común y la única manera en que podemos alcanzarla es de manera conjunta.

acercamiento A LA INVESTIGACIÓN

Percepciones erróneas y guerra

La mayoría de las investigaciones de las que se informa en el presente texto ofrecen datos numéricos tomados de observaciones de laboratorio o de encuestas de los comportamientos, pensamientos y actitudes de las personas. Pero hay otras maneras de conducir una investigación. Algunos psicólogos sociales, en especial en Europa, analizan el discurso humano natural; estudian textos escritos o conversaciones habladas para tratar de averiguar cómo es que las personas interpretan y construyen los sucesos de sus vidas (Edwards y Potter, 2005). Otros han analizado el comportamiento humano en contextos históricos, como lo hizo Irving Janis (1972) en su exploración del pensamiento grupal en los fiascos históricos y Philip Tetlock (2005) en su exploración de los fracasos en el juicio de supuestos expertos políticos.

En lo que podría decirse que es la carrera más larga en psicología social, Ralph K. White, legendario por sus estudios del liderazgo democrático contra autocrático a finales del decenio de 1930 (junto con los pioneros de la psicología social, Kurt Lewin y Ronald Lippitt), publicó en 2004, a los 97 años de edad, un artículo culminante que resumía sus análisis anteriores (1968, 1984, 1986) de la manera en que las percepciones erróneas alimentaban la guerra. Al hacer un análisis de 10 guerras del siglo pasado, White informó que cada una de ellas se había visto marcada por al menos una de tres percepciones erróneas: la *subestimación* de la fuerza del enemigo, la *racionalización* de los propios motivos y comportamientos y, en especial, la *demonización* del enemigo.

Subestimar al propio adversario, observó, es lo que envalentonó a Hitler a atacar a Rusia, a Japón a atacar a Estados Unidos y a este último país a ingresar en las guerras tanto de Corea como de Vietnam. Una racionalización de las propias acciones y la demonización del adversario son las marcas distintivas de la guerra. A inicios del siglo XXI, mientras Estados Unidos e Irak hablaban de guerra, cada uno dijo que el otro era "malévolo". Para George W. Bush, Saddam Hussein era un "asesino tiránico" y un "loco" que estaba amenazando al mundo civilizado por medio de armas de destrucción masiva. Para el gobierno de Irak, el gobierno de Bush era una "pandilla del mal" (Preston, 2002). En 2017, Donald Trump y Kim Jong-un, de Corea del Norte, empezaron a lanzarse insultos de manera parecida.

La verdad no necesariamente se oculta en un punto medio de estas percepciones encontradas. Sin embargo, "las percepciones válidas son un antídoto contra el odio —concluyó White al reflexionar sobre su vida como psicólogo de la paz—. La empatía (la percepción fidedigna de los pensamientos y sentimientos del otro) es uno de los factores más importantes para la prevención de la guerra... La empatía puede ayudar a dos o más naciones a evitar los peligros de las percepciones erróneas que conducen a las guerras que la mayoría preferiría no pelear".

Percepciones cambiantes

Si las percepciones erróneas acompañan al conflicto, deberían aparecer y desaparecer a medida que los conflictos aumentan y disminuyen. Y así sucede, con sorprendente regularidad. El mismo proceso que crea la imagen del enemigo puede revertir esa imagen cuando nuestro enemigo se convierte en aliado. Así, los "crueles, traicioneros y dientones japonecillos sedientos de sangre" de la Segunda Guerra Mundial pronto se convirtieron, en las mentes y en los medios de Estados Unidos, en "nuestros inteligentes, trabajadores, disciplinados e ingeniosos aliados" (Gallup, 1972).

Los alemanes, que después de dos guerras mundiales eran detestados, después admirados y después vueltos a odiar, volvieron a convertirse en admirables; al parecer después de ya no verse asolados por lo que antes se había supuesto era una veta de crueldad de su carácter nacionalista. Mientras Irak estuvo atacando al poco popular Irán, incluso utilizando armas químicas para masacrar a sus propios kurdos, muchas naciones le prestaron su apoyo. Cuando Irak finalizó la guerra contra Irán e invadió a Kuwait, rico en petróleo, el comportamiento de Irak se convirtió de manera repentina en "bárbaro". Las imágenes de nuestros enemigos cambian con sorprendente facilidad.

El grado de las percepciones erróneas que se presentan durante el conflicto nos ofrece un escalofriante recordatorio de que las personas no necesitan estar locas ni ser maliciosas de manera anormal para formar imágenes distorsionadas de sus opositores. Cuando experimentamos un conflicto con otra nación, otro grupo o, simplemente, alguno de nuestros compañeros de cuarto o padres, es fácil que percibamos de manera errónea que nuestros motivos son buenos y los del otro, malos. Y con la misma facilidad, nuestros rivales se forman una imagen en espejo de nosotros.

Así, con los antagonistas atrapados dentro de un dilema social, compitiendo por recursos escasos o percibiendo injusticias, el conflicto sigue adelante hasta que algo permita que ambos bandos se alejen de sus percepciones erróneas y se esfuercen por reconciliar sus verdaderas diferencias. Así entonces, el siguiente es un buen consejo: si se encuentra enfrascado en un conflicto, no suponga que el otro no comparte sus valores y moralidad. Más bien, compartan y comparen percepciones con la suposición de que el otro está percibiendo la situación de manera diferente.

EN RESUMEN: ¿Qué genera los conflictos?

- Siempre que dos o más personas, grupos o naciones interactúen, sus necesidades y metas percibidas pueden entrar en conflicto. Surge una infinidad de dilemas sociales a medida que las personas buscan sus intereses individuales para menoscabo del colectivo. Dos juegos de laboratorio de *no suma cero*, el *dilema del prisionero* y la *tragedia de los comunes*, ejemplifican tales dilemas. En la vida real, podemos evitar estos obstáculos estableciendo normas que regulen las conductas deseadas; manteniendo pequeños a los grupos para que las personas se sientan responsables las unas de las otras; permitiendo la comunicación a fin de reducir la desconfianza; cambiando los pagos para que la cooperación tenga más recompensas; e invocando normas altruistas.
- Cuando las personas compiten por recursos escasos, las relaciones humanas con frecuencia se hunden en el prejuicio y la hostilidad. En sus famosos experimentos, Muzafer Sherif encontró que las competencias de ganar-perder transformaron con rapidez a los desconocidos en enemigos, detonando la guerra franca incluso entre muchachos normalmente íntegros.
- Los *conflictos* también surgen cuando las personas perciben que existe alguna injusticia. Según la teoría de la equidad, las personas definen la justicia como una distribución de recompensas en proporción con las propias contribuciones. Los conflictos se presentan cuando las personas no coinciden en cuanto al grado de sus contribuciones y, por lo tanto, en cuanto a la equidad de sus resultados.
- A menudo, los conflictos contienen un pequeño núcleo de metas en verdad incompatibles, rodeado de una gruesa capa de percepciones erróneas en cuanto a los motivos y metas de nuestros adversarios. Con frecuencia, las partes en conflicto tienen *percepciones de imagen en espejo*. Cuando ambas partes piensan "nosotros somos pacíficos, ellos son hostiles" cada uno puede tratar al otro en formas que provoquen la confirmación de sus expectativas. En ocasiones, los conflictos internacionales también se alimentan de la ilusión de líder malvado-pueblo bondadoso.

¿CÓMO PUEDE LOGRARSE LA PAZ?

Explique los procesos que permiten el logro de la paz.

Hemos visto cómo los conflictos se ven detonados por trampas sociales, competencia, injusticias percibidas y percepciones erróneas. Aunque la imagen es desconcertante, no carece por completo

de esperanza. En ocasiones, las hostilidades se transforman en amistad. Para explorar la transición de puños cerrados a brazos abiertos, los psicólogos sociales se han centrado en las estrategias de pacificación. Podemos recordarlas como las cuatro C de la pacificación: contacto, cooperación, comunicación y conciliación.

"Sabemos más acerca de la guerra de lo que sabemos sobre la paz; más acerca de cómo matar que cómo vivir".

—General Omar Bradley (1893-1981), anterior jefe del Estado Mayor del Ejército de Estados Unidos.

CONTACTO

¿Es posible que poner a dos individuos o grupos en conflicto en contacto cercano les permite conocerse y agradarse? Tal vez no: hemos visto cómo las expectativas negativas pueden sesgar los juicios y crear profecías autocumplidas. Cuando las tensiones aumentan, el contacto puede generar una pelea.

Pero también hemos visto que la proximidad —y la interacción acompañante, la anticipación de la interacción y la mera exposición— aumentan el agrado. Y señalamos cómo el prejuicio racial extremo disminuyó después de la abolición de la segregación, lo que demuestra que *las actitudes siguen al comportamiento*. Si este fenómeno de la psicología social ahora le parece más que evidente, recuerde: eso suele suceder con las cosas después de conocerlas. Para la Suprema Corte de Estados Unidos en 1896, la idea de que el comportamiento contra la segregación pudiera reducir las actitudes prejuiciosas era todo menos que evidente. En ese momento, lo que parecía evidente era que "la legislación es incapaz de erradicar los instintos raciales" (*Plessy v. Ferguson*).

¿El contacto predice las actitudes?

En términos generales, el contacto predice la tolerancia. En un análisis concienzudo, investigadores reunieron datos de 516 estudios de 250 555 personas en 38 naciones (Tropp y Pettigrew, 2005a; Pettigrew y Tropp, 2008, 2011). En 94% de los estudios, *el aumento del contacto predijo una disminución en los prejuicios*. Esto es especialmente cierto para las actitudes de grupos mayoritarios hacia las minorías (Durrheim et al., 2011; Gibson y Claassen, 2010).

Algunas investigaciones más recientes, en Bosnia, Israel/Palestina, Turquía, Irlanda del Norte, Líbano, Liberia, Sudáfrica y Gran Bretaña (Wright et al., 2017), extienden otros estudios de la correlación entre el contacto y las actitudes positivas:

- *Sudáfrica*. Mientras más contacto interracial tienen los sudafricanos negros y blancos, menos prejuicio sienten y más solidarias se vuelven sus actitudes políticas (Dixon et al., 2007, 2010; Tredoux y Finchilescu, 2010).
- *Orientación sexual e identidad transgénero*. Mientras más contacto tienen las personas heterosexuales con gays y lesbianas, más tolerantes se tornan (Collier et al., 2012; Górska et al., 2017; Smith et al., 2009). Mientras más contacto tienen las personas con los individuos transgénero, menos prejuicios expresan en contra de estas personas (Norton y Herek, 2013). Lo que importa no es solo lo que se sabe de las personas homosexuales o transgénero, sino *a quién* se conoce.
- *Musulmanes*. Mientras más contacto tuvieron con musulmanes los adolescentes holandeses, más tolerantes se volvieron hacia ellos (González et al., 2008).
- *Compañeros de cuarto y familiares*. Para los estudiantes blancos, tener un compañero de cuarto que sea negro mejora sus actitudes raciales y conduce a que se sientan más cómodos con personas de otras razas (Gaither y Sommers, 2013). Otras conexiones potentes con un solo miembro del exogrupo, como en el caso de una adopción interracial o tener un hijo gay, vincula a las personas de manera similar con dicho exogrupo y reduce el prejuicio implícito (Gulker y Monteith, 2013).
- *Intergeneracional*. Mientras mayor el contacto que tienen los jóvenes con adultos mayores, más favorables son sus actitudes hacia ellos (Drury et al., 2016).
- *Contacto indirecto*. Incluso el contacto indirecto vicario, por medio de la lectura de cuentos o de la imaginación, o a través de una amistad que pertenece al exogrupo, tiende a reducir el prejuicio (Bilewicz y Kogan, 2014; Crisp et al., 2011; Turner et al., 2007a, b, 2008, 2010). Las personas que leen los libros de la serie de *Harry Potter*, con sus temas de contactos solidarios con grupos estigmatizados, tienen mejores actitudes hacia inmigrantes, homosexuales y refugiados (Vezzali et al., 2014). Este efecto indirecto de contacto, también llamado *efecto de contacto extendido*, puede difundir más actitudes positivas a través de un grupo de pares (Christ et al., 2010).

En Estados Unidos, la segregación y el prejuicio expresado han disminuido de manera conjunta desde el decenio de 1960. ¿Pero fue el contacto interracial lo que *causó* estas actitudes mejoradas? ¿Las personas que realmente experimentaron la abolición de la segregación se vieron afectadas por esta?

¿La ausencia de segregación mejora las actitudes raciales?

La abolición de la segregación escolar produce beneficios mensurables, como llevar a más estudiantes negros a asistir y a tener buenos resultados en las universidades (Stephan, 1988). ¿La abolición de la segregación en las escuelas, vecindarios y sitios de trabajo también produce resultados *sociales* favorables? La evidencia es heterogénea.

Por una parte, muchos estudios que se llevaron a cabo durante y poco después del fin de la segregación encontraron mejorías notables en las actitudes de los blancos hacia los negros. Entre dependientes y clientes de tiendas, marineros mercantes, trabajadores de gobierno, oficiales de policía, vecindarios y estudiantes, el contacto racial condujo a una disminución del prejuicio (Amir, 1969; Pettigrew, 1969). Por ejemplo, cerca del final de la Segunda Guerra Mundial, el Ejército de Estados Unidos redujo parcialmente la segregación de algunas de sus compañías de infantería (Stouffer et al., 1949). Al preguntarles su opinión en cuanto a esta eliminación de la segregación, 11% de los soldados en compañías segregadas estuvieron de acuerdo. De los soldados que estuvieron dentro de las compañías donde se eliminó la segregación, 60% expresó su aprobación. Exhibieron una justificación del sistema: la tendencia humana a aprobar la forma en que son las cosas.

Cuando Morton Deutsch y Mary Collins (1951) se aprovecharon de un experimento natural hecho a la medida, observaron resultados similares. En acatamiento a una ley estatal, la ciudad de Nueva York eliminó la segregación en sus unidades habitacionales públicas; asignó a las familias a diferentes departamentos sin tomar en cuenta su raza. En una unidad habitacional semejante al otro lado del río Hudson en Newark, en el estado de Nueva Jersey, se asignó a blancos y a negros en edificios separados. Al encuestarlos, las mujeres blancas en la unidad no segregada tuvieron muchas más probabilidades de favorecer las viviendas interraciales y de decir que sus actitudes hacia las personas negras habían mejorado. Los estereotipos exagerados se habían desplomado ante la evidencia de la realidad. Como lo expresó una de las mujeres: "es algo que me ha llegado a gustar. Me doy cuenta que son tan humanos como nosotros".

En 1954, estos tipos de hallazgos influyeron en la decisión de la Suprema Corte de Justicia para abolir la segregación y ayudó a impulsar el movimiento de los derechos humanos del decenio de 1960 (Pettigrew, 1986, 2004). No obstante, los estudios iniciales acerca de los efectos de la abolición de la segregación en escuelas fueron menos alentadores. Después de hacer una revisión de todos los estudios disponibles, Walter Stephan (1986) concluyó que las actitudes raciales se habían visto poco influidas por la falta de segregación. En el caso de los negros, el efecto notable de la falta de la segregación en las escuelas tuvo menos que ver con las actitudes que con la mayor probabilidad de que asistieran a universidades incluyentes (o predominantemente blancas), de que vivieran en vecindarios integradores y de que trabajaran en entornos incluyentes.

En algunos estudios, aunque no en otros, la ausencia de segregación escolar mejoró las actitudes raciales. Otras investigaciones adicionales (siga leyendo) identificaron las situaciones interraciales que producen desenlaces positivos.
©lisegagne/E+/Getty Images

Así, podemos ver que hay ocasiones en que la falta de segregación mejora las actitudes raciales y otras, en especial cuando hay ansiedad o amenaza percibida (Pettigrew, 2004), en las que no. Estos desacuerdos despiertan el espíritu detectivesco de los científicos. ¿Qué es lo que explica la diferencia? Hasta el momento hemos estado integrando todos los tipos de falta de segregación en un mismo conjunto. La verdadera falta de segregación sucede de muchas maneras y bajo condiciones enormemente diferentes.

¿Cuándo la falta de segregación mejora las actitudes raciales?

SITUACIONES EN LAS QUE PODRÍA NO SUCEDER: SEGREGACIÓN AUTOIMPUESTA Dado que la mera exposición puede producir agrado (recuerde el capítulo sobre atracción), ¿la exposición a caras de otras razas podría producir un aumento en el agrado por desconocidos

de razas diferentes? De hecho, sí, descubrieron Leslie Zebrowitz y sus colegas (2008) cuando expusieron a participantes blancos a rostros asiáticos y negros.

Algunos investigadores han visitado docenas de escuelas no segregadoras y han observado con quién comen, hablan y pasan su tiempo los niños de razas dadas. La raza tiene una influencia en el contacto. De manera desproporcionada, los blancos se asocian con blancos y los negros con negros (Schofield, 1982, 1986). Esta misma segregación autoimpuesta se evidenció en una playa sudafricana no segregadora, como lo descubrieron John Dixon y Kevin Durrheim (2003) al registrar la localización de los paseantes negros, blancos e indios en una tarde (30 de diciembre) en pleno verano (**figura 13.4**).

Los vecindarios, cafeterías y restaurantes no segregadores también pueden no generar interacciones integradas (Clack et al., 2005; Dixon et al., 2005a, b). En las cafeterías escolares, es posible que las personas se pregunten las razones por las que todos los chicos negros se sientan juntos (algo que también podría preguntarse con facilidad acerca de los muchachos blancos). Un estudio naturalista observó 119 sesiones de clase de 26 grupos de tutoría de la Universidad de Ciudad del Cabo con un promedio de seis estudiantes negros y 10 estudiantes blancos en cada uno (Alexander y Tredoux, 2010). En promedio, según calcularon los investigadores, 71% de los estudiantes negros hubieran tenido que cambiar de lugar para lograr un patrón de asientos plenamente integrado.

Incluso dentro de una misma raza, las personas que se parecen tienden a caer en la segregación autoimpuesta. Eso es lo que discernieron los investigadores de la Universidad de Úlster (de Irlanda del Norte) al estudiar los patrones de asientos de estudiantes católicos y protestantes en los salones de clase (Orr et al., 2012).

En un estudio que hizo un seguimiento de las actitudes de más de 1 600 estudiantes europeos, el contacto redujo el prejuicio. Pero el prejuicio también minimizó el contacto (Binder et al., 2009). De todos modos, el prejuicio no es el único obstáculo al contacto. La ansiedad también puede explicar la razón por la que aquellas personas a las que se coloca dentro de relaciones interraciales (cuando se forman pares de estudiantes para que sean compañeros de clase o para que trabajen de manera conjunta en experimentos) pueden llevar a cabo una confidencia menos íntima que aquellas personas dentro de una relación con personas de su misma raza (Johnson et al., 2009; Trail et al., 2009).

FIGURA 13.4
La falta de segregación no necesariamente significa contacto
Después de que esta playa de Scottburgh en Sudáfrica se volvió abierta y carente de segregación, negros (representados con estrellas), blancos (representados con triángulos) e indios (representados con círculos) tendieron a agruparse con otras personas de su misma raza.
Fuente: de Dixon y Durrheim, 2003.

En ocasiones, funcionan los esfuerzos por facilitar el contacto, pero otras veces no tienen éxito alguno. "Hubo un día en que vinieron algunas escuelas protestantes —explicó un chico católico después de un intercambio escolar en Irlanda del Norte (Cairns y Hewstone, 2002)—. Se suponía que teníamos que... mezclarnos, pero casi no hubo nada de eso. No fue porque no quisiéramos hacerlo; simplemente todo fue de lo más incómodo". La falta de interacción se deriva, en parte, de la *ignorancia pluralista*. Muchos blancos y negros afirman que les gustaría tener más contacto, pero perciben de manera errónea que los sentimientos de los otros no corresponden con los suyos (véase "Acercamiento a la investigación: Las relaciones que pudieron haber sido" y "Detalles de la historia: Nicole Shelton y Jennifer Richeson hablan acerca de las amistades interraciales").

AMISTAD Los estudios alentadores anteriores de dependientes, soldados y vecinos de unidades habitacionales incluyeron una cantidad considerable de contacto interracial, más que suficiente como para reducir la ansiedad que caracteriza el contacto intergrupal inicial. Otros estudios muestran beneficios similares cuando incluyen contacto personal prolongado: entre reclusos blancos y negros, chicas blancas y negras en un campamento de verano interracial, compañeros de cuarto negros y blancos en dormitorios universitarios, entre sudafricanos negros, blancos y mestizos (*coloured*), y entre personas nacidas en Estados Unidos e inmigrantes (Al Ramiah y Hewstone, 2013; Beelmann y Heinemann, 2014; Tropp et al., 2018). Lo mismo ha sucedido en programas de contacto intergrupal en Irlanda del Norte, Chipre y Bosnia (Hewstone et al., 2014). Un programa que unió a jóvenes palestinos e israelíes por tres semanas en un campo de verano situado en Estados Unidos produjo una mejoría significativa y sostenida en actitudes intergrupales (Schroeder y Risen, 2014).

Entonces, ¿cómo es que el contacto intergrupal reduce el prejuicio y aumenta el apoyo por la igualdad racial? Lo hace, informan los investigadores del contacto (Al Ramiah y Hewstone, 2013; Tropp y Barlow, 2018) por medio de

- *la reducción de ansiedad* (mayor contacto genera mayor comodidad),
- *el aumento de empatía* (el contacto ayuda a las personas a colocarse en los zapatos del otro),
- *la humanización de los otros* (lo que permite que las personas descubran sus semejanzas) y
- *la disminución de amenazas percibidas* (alivia los temores exagerados y aumenta la confianza).

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN
Las relaciones que pudieron haber sido

Quizá pueda recordar un tiempo en el que realmente le hubiera gustado poder comunicarse con alguien. Tal vez se trató de alguien hacia quien sintió atracción. Pero, al dudar que sus sentimientos se vieran correspondidos, no quiso arriesgarse al rechazo. O tal vez se trataba de alguien de raza diferente a quien quiso ofrecer el asiento libre junto a usted en el comedor comunal o en la mesa de la biblioteca. Pero le preocupó que la persona se sintiera renuente de sentarse junto a usted. En algunas de estas situaciones, la otra persona compartió sus deseos de contacto, pero supuso que su propia distancia significaba indiferencia o, incluso, prejuicio. Por desgracia, gracias a la ignorancia pluralista (las impresiones falsas compartidas acerca de los sentimientos de alguien más) se cruzaron como dos navíos en la noche.

Los estudios de la psicóloga Jacquie Vorauer (2001, 2005; Vorauer y Sakamoto, 2006) de la Universidad de Manitoba ilustran este fenómeno. Dentro de las nuevas relaciones, es frecuente que las personas sobreestimen la transparencia de sus sentimientos, informó Vorauer. Al suponer que sus sentimientos pueden manifestarse, experimentan la *ilusión de transparencia*. De ese modo, es posible que supongan que su lenguaje corporal está transmitiendo su interés romántico cuando, en realidad, el receptor designado jamás recibe el mensaje. Si la otra persona comparte los sentimientos positivos y, del mismo modo, sobreestima su propia transparencia, la posible relación se verá neutralizada.

El mismo fenómeno, reportó Vorauer, se presenta con frecuencia entre personas poco prejuiciosas a quienes les fascinaría tener más amistades con personas fuera de su propio grupo racial o social. Si los blancos suponen que los negros los creen prejuiciosos y los negros suponen que los blancos los estereotipan, ambos se sentirán ansiosos al

dar el primer paso. Tal ansiedad es un "factor central" en la "persistente segregación informal" de Sudáfrica, informó Gillian Finchilescu (2005). En un intento por reproducir y ampliar los trabajos de Vorauer, Nicole Shelton y Jennifer Richeson (2005; Richeson y Shelton, 2012) llevaron a cabo una serie coordinada de encuestas y pruebas conductuales.

En su primer estudio, los estudiantes blancos de la Universidad de Massachusetts se consideraron a sí mismos como con un interés superior al promedio en tener contactos y amistades interraciales y consideraron que los estudiantes blancos en general tenían un interés superior de este tipo que los estudiantes negros. Los estudiantes negros exhibieron puntos de vista de imagen en espejo: consideraron que estaban más ansiosos de tener amistades interraciales que los estudiantes blancos. "Yo quisiera tener amistades que cruzaran las fronteras raciales –pensó el estudiante típico–, pero las personas del otro grupo racial no comparten ese mismo deseo".

¿Podría esta ignorancia pluralista generalizarse a un entorno específico? Para averiguarlo, en el segundo estudio de Shelton y Richeson se solicitó a estudiantes blancos de Princeton que imaginaran cómo reaccionarían al entrar al comedor y notar a varios estudiantes negros (o blancos) "que viven cerca de usted sentados juntos". ¿Qué tanto interés tendría en sentarse con ellos? ¿Y qué tan probable sería que uno de ellos le hiciera señas para unírsele?". De nuevo, los estudiantes blancos supusieron que ellos, más que los estudiantes de otra raza, estarían interesados en establecer contacto.

¿Y cómo es que las personas explican los fracasos por iniciar el contacto interracial? En su tercer estudio, Shelton y Richeson invitaron a estudiantes blancos y negros de Princeton a contemplar una situación en un comedor en el que notan una mesa con estudiantes de aspecto conocido de otra raza, pero en la que ni ellos ni los estudiantes sentados inician el contacto. Los participantes del estudio, independientemente de su raza, atribuyeron su propia falta de acción en esta situación sobre todo al temor al rechazo y con mayor frecuencia atribuyeron la inacción de los estudiantes sentados a una falta de interés. En un cuarto estudio en la Universidad de Dartmouth, Shelton y Richeson repitieron este mismo experimento con resultados similares.

¿Sería posible que este fenómeno de ignorancia pluralista se extendiera a otras situaciones de la vida real y al contacto solo con otra persona? En el estudio número cinco, Shelton y Richeson invitaron a alumnos de Princeton, tanto negros como blancos, a un estudio de "formación de amistades". Después de que los participantes hubieran respondido a un cuestionario de información antecedente, el experimentador tomaba su fotografía, la engrapaba a la información de antecedentes, de manera ostensible la llevaba a la habitación de otro supuesto participante, y después regresaba con la hoja de información y fotografía de la otra persona, que mostraba a alguien del mismo sexo, pero de otra raza. Entonces, se les preguntaba a los participantes: "¿hasta qué grado está preocupado por la aceptación del otro participante?" y "¿qué tan probable es que la otra persona no quiera hacer una amistad con usted?". Independientemente de la raza, los participantes supusieron que ellos, más que el otro participante de raza diferente, estarían interesados en una amistad, pero se sentían inquietos de que los rechazaran.

¿Estas percepciones sociales equivocadas limitan el verdadero contacto interracial? En un sexto estudio, Shelton y Richeson confirmaron que los estudiantes blancos de Princeton más propensos a la ignorancia pluralista, que suponían que temían el rechazo interracial más que los estudiantes negros, también fueron los que mayores probabilidades sintieron de experimentar menores contactos interraciales en las siguientes siete semanas.

Vorauer, Shelton y Richeson no estaban afirmando que las percepciones erróneas por sí mismas impedían los romances y las amistades interraciales. Pero sí detienen a las personas al arriesgarse a dar el primer paso. Comprender este fenómeno (reconocer que la aparente frialdad del otro en realidad podría reflejar motivos o sentimientos similares a los nuestros) puede ayudarnos a tratar de comunicarnos con los demás y, en ocasiones, a transformar las amistades potenciales en verdaderas.

Entre los estadounidenses que han estudiado en Alemania o Gran Bretaña, mientras mayor contacto tienen con las personas del país anfitrión, más positivas son sus actitudes (Stangor et al., 1996). Los anfitriones de estos estudiantes de intercambio también se ven alterados por la experiencia: se vuelven más abiertos a las experiencias novedosas y aumentan las probabilidades de que vean las cosas desde la perspectiva cultural del visitante (Sparkman et al., 2016; Vollhardt, 2010).

La *prominencia del grupo* (visibilidad) también ayuda a sortear lo que divide a las personas. Si en toda ocasión usted piensa en esa amistad únicamente como individuo, es posible que sus lazos afectivos no se generalicen a los demás miembros del grupo de su amistad (Miller, 2002). Así entonces, de manera ideal, deberíamos formar amistades de confianza que traspasen fronteras grupales, pero también reconocer que nuestro amigo representa a aquellas personas de un grupo distinto (Brown et al., 2007; Davies y Aron, 2016).

Tenemos una particular probabilidad de hacer amistad con personas diferentes cuando la identidad de su exogrupo se minimiza de forma inicial. Si nuestro agrado por la nueva amistad ha de generalizarse a los demás, su identidad de grupo debe volverse prominente en algún momento

Detalles DE LA HISTORIA

Nicole Shelton y Jennifer Richeson hablan acerca de las amistades interraciales

Observamos que los estudiantes tanto blancos como provenientes de minorías étnicas dentro de nuestras clases a menudo indicaban que tenían un interés genuino por interactuar con personas fuera de su grupo étnico, pero que temían que no se les aceptara. No obstante, suponían que los miembros de otros grupos simplemente no estaban interesados en establecer contacto. Esto sonaba muy similar al trabajo de Dale Miller sobre ignorancia pluralista. A lo largo de algunas semanas, diseñamos una variedad de estudios a fin de explorar la ignorancia pluralista durante las interacciones interraciales.

Desde que se publicó nuestro artículo, algunos investigadores nos han dicho que deberíamos utilizar nuestro trabajo en las sesiones de orientación para estudiantes nuevos a fin de reducir los temores de estos estudiantes a establecer contactos que atraviesen las fronteras raciales. Nos encanta que al presentar nuestro trabajo durante los cursos, los estudiantes de cualquier tipo de origen racial nos dicen que, de hecho, les ha abierto los ojos en cuanto a dar el primer paso a fin de desarrollar amistades interraciales.

Nicole Shelton
Universidad de Princeton
Cortesía de Nicole Shelton

Jennifer Richeson
Universidad de Yale
Cortesía de Jennifer Richeson

dado. Así entonces, para reducir el prejuicio y el conflicto, lo mejor es minimizar la diversidad del grupo, después reconocerla y, al final, trascenderla.

Algunas encuestas a casi 4 000 europeos revelaron que la amistad es esencial para el contacto exitoso: si usted tiene una amistad proveniente de un grupo minoritario, es mucho más probable que exprese simpatía y apoyo por el grupo al que pertenece su amigo e, incluso, un poco más de apoyo a favor de la inmigración de dicho grupo. Es lo que ha sucedido en cuanto a las actitudes de los alemanes occidentales hacia los turcos, de las actitudes de los franceses hacia los asiáticos y norafricanos, de las actitudes de los holandeses hacia los surinameses y turcos, de las actitudes de los británicos hacia los antillanos y asiáticos, y de las actitudes de los protestantes y católicos de Irlanda del Norte entre sí (Brown et al., 1999; Hamberger y Hewstone, 1997; Paolini et al., 2004; Pettigrew, 1997).

CONTACTO EN IGUALDAD DE ESTATUS Los psicólogos sociales que estaban a favor de la eliminación de la segregación jamás afirmaron que todo el contacto mejoraría las actitudes. De manera muy semejante a cómo el contacto aumenta el agrado, el contacto negativo fomenta el *desagrado* (Guffler y Wagner, 2017; Hayward et al., 2017, 2018; McKeown y Psaltis, 2017). El contacto positivo es más común, pero las experiencias negativas tienen un mayor efecto (Graf et al., 2014; Paolini et al., 2014).

contacto en igualdad de estatus
Contacto con base en la igualdad. Al igual que una relación entre personas de estatus desigual genera actitudes coherentes con su relación, lo mismo sucede en las relaciones entre personas de un mismo estatus. Así, a fin de reducir el prejuicio, el contacto interracial debería darse, idealmente, entre personas de estatus equivalente.

Los psicólogos sociales habían esperado resultados deficientes cuando los contactos eran competitivos, no apoyados por las autoridades y desiguales (Pettigrew, 1988; Stephan, 1987). Antes de 1954, muchos blancos prejuiciosos tenían contactos frecuentes con negros, como lustradores de zapatos y trabajadoras domésticas. Como hemos visto, este tipo de contacto desigual fomenta actitudes que se limitan a justificar la continuación de la inequidad. De modo que es importante que el contacto sea un **contacto en igualdad de estatus**, como aquel entre dependientes de tiendas, soldados, vecinos, reclusos y asistentes a campamentos de verano.

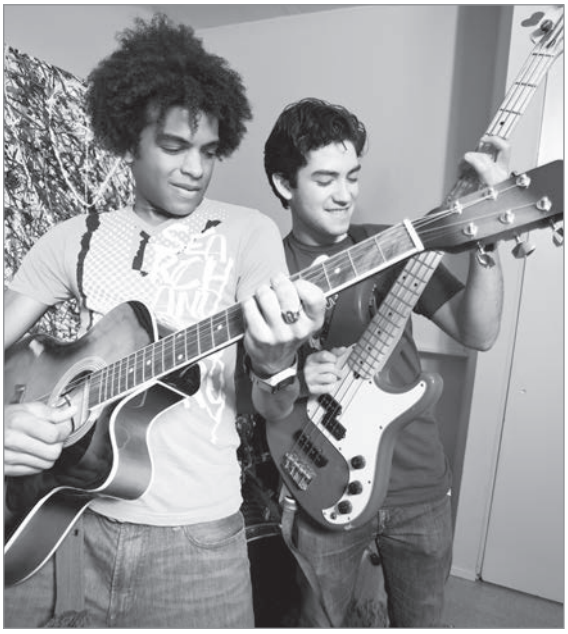
COOPERACIÓN

Aunque el contacto en igualdad de estatus puede ser de ayuda, hay ocasiones en que no es suficiente. No sirvió de nada cuando Muzafer Sherif le dio fin a la competencia entre Cascabeles y Águilas y reunió a ambos grupos para llevar a cabo actividades no competitivas como ver películas, disparar cohetes y comer. Para ese momento, su hostilidad era tan intensa que el mero contacto

solo ofrecía oportunidades para intercambiar burlas y ataques. Cuando un Águila de manera accidental rozaba a un Cascabel, sus compañeros lo alentaban a "quitarse su mugre de encima". Unir a los dos grupos difícilmente promovió la integración social.

En los casos en que existe este tipo de hostilidad tan arraigada, ¿qué puede hacer un pacifista? Piense de nuevo en los esfuerzos tanto exitosos como fracasados por eliminar la segregación. La mezcla racial en compañías de infantería en el ejército no solo unió a blancos y a negros, los hizo depender unos de otros. Juntos estaban luchando en contra de un enemigo común, esforzándose para alcanzar una meta compartida.

¿Sugiere eso un segundo factor que prediga si el efecto de la eliminación de la segregación será favorable? ¿El contacto competitivo divide al tiempo que el contacto *cooperativo* une? Considere lo que sucede cuando las personas, en conjunto, se enfrentan a un predicamento en común. En el conflicto, en todos los niveles, desde parejas, hasta equipos rivales, pasando por naciones, las *amenazas compartidas* y las *metas comune*s fomentan la unidad.



Las amistades interraciales pueden reducir los prejuicios si las personas piensan en sus amistades como individuos *y* como miembros de los grupos a los que pertenecen. Decir "no me fijo en el color" no es solo impreciso, sino a menudo contraproducente.

©Felix Sanchez/Blend Images LLC

Las amenazas externas comunes desarrollan la cohesión

¿Alguna vez se ha visto atrapado con otras personas en una tormenta de nieve, castigados por un maestro o perseguidos y ridiculizados por su identidad social, racial o religiosa? Si tal es el caso, podrá recordar que se sintió cercano a aquellos con los que compartió el apuro. Quizá las anteriores barreras sociales hayan desaparecido al ayudarse mutuamente a salir de la nieve o a lidiar con el enemigo común. Los sobrevivientes del dolor compartido o de casos más extremos, como bombardeos, también con frecuencia informan de un espíritu de cooperación y solidaridad más que de pánico de sálvese quien pueda (Bastian et al., 2014; Drury et al., 2009).

Este tipo de amistad es común entre personas que experimentan una amenaza compartida. John Lanzetta (1955) lo observó cuando puso a equipos de cuatro elementos de los cadetes navales de la Reserva a trabajar en tareas de solución de problemas para después empezar a informarles por el sistema de altavoces que sus respuestas eran incorrectas, su productividad inexcusablemente baja y su proceso de pensamiento deficiente. Otros grupos no recibieron el mismo tipo de acoso. Lanzetta observó que los miembros del grupo bajo presión se volvieron más amistosos entre sí, más cooperativos, menos argumentativos y menos competitivos. Todos estaban en un mismo barco y el resultado fue un espíritu de cohesión. Experimentos recientes confirman el aspecto rescatable de tener a un mal jefe: las personas maltratadas se vuelven mucho más cohesivas (Stoverink et al., 2014). El mal de muchos *sí* es el consuelo de todos.

Tener un enemigo en común unificó a los muchachos en competencia en los experimentos de campamento de Sherif; y en muchos experimentos posteriores (Dion, 1979). El mero recuerdo de la existencia de un exogrupo (de una escuela rival, digamos) aumenta la sensibilidad de las personas hacia su propio grupo (Wilder y Shapiro, 1984). La percepción de discriminación contra el propio grupo racial o religioso es sentirse más vinculado e identificado con él (Craig y Richeson, 2012; Martinovic y Verkuyten, 2012; Ramos et al., 2012). Reconocer que el propio grupo y otro han compartido experiencias de discriminación enriquece la relación entre los dos (Cortland et al., 2017). Estaremos dolorosamente conscientes de quiénes son "ellos", pero también sabemos quiénes somos "nosotros".

Al enfrentarse a una amenaza externa bien definida durante la guerra, los sentimientos de "nosotros" se van por las nubes. La membresía de las organizaciones cívicas crece de manera exponencial (Putnam, 2000). Las amenazas compartidas también producen un efecto político de "congregarse en torno a la bandera" (Lambert et al., 2011). Los niños y jóvenes que sobreviven la exposición a las guerras más tarde exhiben un mayor espíritu de cooperación hacia su endogrupo (Bauer et al., 2014). Después del 11 de septiembre del 2001, "los viejos antagonismos raciales... se disiparon", informó el *New York Times* (Sengupta, 2001). "Yo solía limitarme a pensar que era negro —afirmó Louis Johnson, de 18 años al reflexionar acerca de la vida antes de los ataques—.

"No pude más que decirle [al Sr. Gorbachov] que pensara en lo fácil que sería tanto su trabajo como el mío en estas reuniones si repentinamente el mundo se viera amenazado por una especie de otro planeta. De una vez por todas, [nos] daríamos cuenta de que sin duda todos los que estamos sobre este planeta, juntos, somos seres humanos".

—Ronald Reagan, discurso del 4 de diciembre de 1985

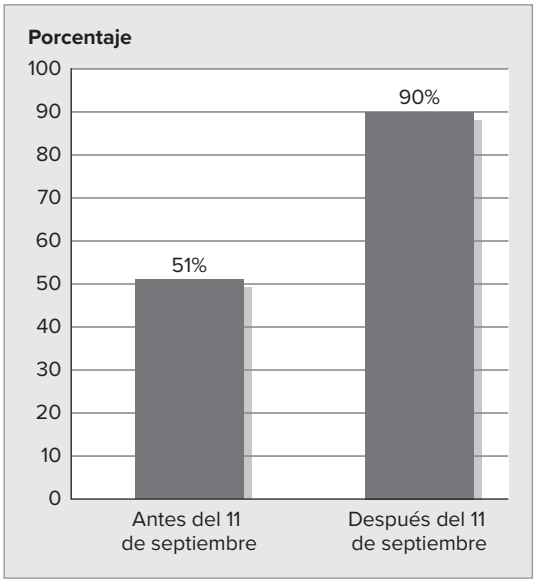


FIGURA 13.5
Las amenazas externas generan la unidad interna
Como lo ejemplifican las tasas de aprobación del presidente George W. Bush, los conflictos nacionales moldean las actitudes públicas.
Fuente: Gallup, 2006.

Pero ahora siento que soy estadounidense, más que nunca antes". En la ciudad de Nueva York, incluso las tasas de divorcio cayeron en el periodo posterior al 11 de septiembre (Hansel et al., 2011). Una muestra de conversaciones, al igual que otra de las conferencias de prensa del alcalde de Nueva York, Rudy Giuliani, antes y después de los ataques, encontró que se había duplicado la presencia de la palabra "nosotros" (Liehr et al., 2004; Pennebaker y Lay, 2002).

Las tasas de aprobación del trabajo que estaba haciendo el presidente George W. Bush reflejaban este espíritu de unidad generado por la amenaza. A los ojos del público, el presidente aparentemente mediocre del 10 de septiembre se había convertido en el exaltado mandatario del 12 de septiembre: en "nuestro líder" en la lucha contra "aquellos que nos odian". Más tarde, sus tasas de aprobación disminuyeron, aunque volvieron a elevarse cuando empezó la guerra en contra de Irak (**figura 13.5**).

Incluso imaginar o temer la extinción del propio grupo a menudo sirve para fortalecer la solidaridad endogrupal (Wohl et al., 2010). De la misma manera, el solo imaginar la amenaza compartida del calentamiento global redujo las asperezas internacionales (Pyszczynski et al., 2012). Por ello existe la posibilidad de que los líderes *creen* un enemigo externo amenazante como técnica para fortalecer la cohesión. La novela de George Orwell, *1984*, ilustra la táctica: el líder de la nación protagonista utiliza los conflictos fronterizos con los otros dos poderes principales a fin de disminuir el conflicto interno. De vez en vez, el enemigo cambia, pero siempre hay un enemigo. De hecho, la nación parece *necesitar* que exista un enemigo. Para el mundo entero, para las naciones y para los grupos, tener un enemigo en común es poderosamente unificador. Las diferencias entre los musulmanes suniitas y chiiíta que se sienten enormes en Irak no les parecerán tan grandes a los musulmanes de países en donde ambos tienen que lidiar con las actitudes en contra de los musulmanes.

De esta misma manera, ¿podría el planeta encontrar la unidad si se enfrentara a un enemigo en común? En 1987, el presidente de Estados Unidos, Ronald Reagan, observó: "en nuestra obsesión con los antagonismos del momento, es frecuente que olvidemos todo lo que une a los miembros de la humanidad. Quizá necesitemos de alguna amenaza universal externa que nos haga reconocer este vínculo en común". Dos décadas más tarde, Al Gore (2007) coincidió y sugirió que con el espectro del cambio climático "Nosotros –todos nosotros– nos vemos enfrentados a una amenaza universal. Aunque no proviene de fuera de este mundo, sigue siendo de una escala cósmica" (a fin de considerar estas dinámicas sociales en las rivalidades deportivas, vea "Enfoque: ¿Por qué nos importa quién gana?").

Enfoque

¿Por qué nos importa quién gana?

¿Cuál es la razón, para los fanáticos del deporte en cada rincón del planeta, de que importe tanto quién gana? Durante la "locura de primavera" anual del básquetbol de la NCAA, ¿cuál es la razón por la que adultos perfectamente normales se vuelven partidarios enloquecidos de su equipo y se deprimen si pierde? ¿Y cuál es la razón por la que, durante esa cúspide del deporte, la Copa Mundial de Fútbol, los fanáticos del mundo entero sueñan con ver a su país como triunfador?

Las raíces de la rivalidad penetran a gran profundidad. Hay algo primordial que está operando cuando la muchedumbre explota en el momento en que los dos rivales salen a la cancha o al terreno de juegos. Hay algo tribal en la pasión que se genera por el mero hecho de que una pelota de

cuero vuele por los aires. Nuestros ancestros, que vivían en un mundo en que las tribus vecinas ocasionalmente hacían incursiones para despojar a los campamentos contrarios, sabían que había seguridad a partir de la solidaridad (aquellos que no se unían dejaban atrás a un menor número de descendientes). Sea durante las cacerías, la defensa o el ataque, más manos eran mejores que dos. Dividir al mundo en términos de "nosotros" y "ellos" implica costos significativos, como el racismo y la guerra, pero también ofrece los beneficios de la solidaridad comunal. Para identificarnos a nosotros y a ellos, de manera no tan alejada como los fanáticos rabiosos de la actualidad, nuestros ancestros se vestían o pintaban en ropajes y colores específicos del grupo. Los deportes y la guerra, señala el psicólogo evolutivo Benjamin Winegard (2010), los hacen principalmente los varones asociados con áreas geográficas y que utilizan uniformes que identifican a sus grupos. Ambos utilizan habilidades pertinentes para la guerra (correr, derribar, lanzar), y ambas ofrecen recompensas a los vencedores.

Como animales sociales, vivimos en grupos, alentamos a nuestros grupos, matamos y morimos por ellos. También nos definimos a través de nuestros grupos. Nuestro autoconcepto, el sentido de quiénes somos, consiste no solo en los atributos y actitudes personales, sino también en la identidad social. Estas identidades sociales (saber quiénes somos "nosotros") fortalece nuestro autoconcepto y orgullo, en especial cuando percibimos que "nosotros" somos superiores. Cuando carecen de una identidad individual positiva, muchos jóvenes encuentran una sensación de orgullo, poder e identidad en las pandillas. Muchos patriotas se definen a sí mismos por medio de sus identidades nacionales.

La definición grupal de quienes *somos* también implica quiénes *no somos*. Algunos experimentos de psicología social revelan que conformarnos en grupos, incluso en grupos arbitrarios, promueve el sesgo endogrupal. Junte a personas en grupos definidos por poco más que sus fechas de nacimiento o, incluso, por el último número de sus licencias de conducir, y sentirán cierta relación con sus compañeros de número y mostrarán favoritismo hacia ellos. Tan poderosa es nuestra conciencia de grupo que "nosotros" nos parece mejor que "ellos", incluso cuando "ellos" está definido en términos aleatorios.

La solidaridad social aumenta al máximo cuando las personas se enfrentan a un enemigo común. Como lo demostró tan vívidamente el experimento de los campamentos de Muzafer Sherif, la competencia crea enemigos. Motivados por la competencia y liberados por el anonimato de la muchedumbre, las pasiones pueden culminar en los peores momentos que puede atravesar un deporte: los fanáticos que se burlan de sus oponentes, que les gritan a los árbitros e, incluso, que atacan a estos arrojándoles botellas de cerveza.

La identificación grupal aumenta vertiginosamente con el éxito. Los fanáticos encuentran la estima propia, por lo menos en pequeña medida, al estar asociados con los atletas victoriosos de su equipo cuando gana. Al preguntarles acerca de alguna importante victoria de fútbol, por lo común los estudiantes universitarios responden "*ganamos*" (Cialdini et al., 1976). Disfrutan de la gloria ajena. Si se les pregunta acerca del partido después de una derrota, los estudiantes tienden a distanciarse del equipo al decir "*perdieron*".

Resulta irónico que a menudo reservamos nuestras pasiones más intensas para los rivales que más se parecen a nosotros. Hace mucho tiempo, Freud reconoció que se creaban animosidades en torno a las pequeñas diferencias: "en el caso de dos pueblos vecinos, cada uno es el rival más celoso del otro; incluso un pequeño cantón mira a los demás con absoluto desdén. Las razas muy relacionadas se mantienen a distancia; los alemanes del sur no toleran a los alemanes del norte y los ingleses hablan pestes de los escoceses mientras que los españoles detestan a los portugueses".

Para las personas no musulmanas de la actualidad, los mahometanos sunnitas y chiítas parecen casi idénticos (ambos reverencian el Corán, siguen a Mahoma y le rezan a Alá). De la misma manera, para las personas no cristianas, los protestantes y católicos antes en guerra en Irlanda del Norte (y ambos de los cuales son seguidores del Príncipe de la Paz), parecen ser religiosa y étnicamente idénticos. Pero en el caso de aquellos que son cercanos a nosotros, nuestra atención se centra no en las considerables semejanzas, sino en las sutiles diferencias.

Como residente ocasional de Escocia, he sido testigo de muchos ejemplos de la observación que hace la *Xenophobe's Guide to the Scots* (Guía del xenófobo para entender a los escoceses); que los escoceses dividen a las personas que no son de Escocia "en dos categorías: (1) los ingleses; y (2) los demás". De la misma manera en que los fanáticos furibundos de los Cachorros de Chicago se sienten felices si gana su equipo o si pierden los Medias Blancas, los fanáticos apasionados del futbol de Nueva Zelanda apoyan a su propio equipo y a cualquier otro que esté jugando contra Australia (Halberstadt et al., 2006). Del mismo modo, los futboleros apasionados de Escocia se deleitan ante una victoria de su equipo o ante una derrota inglesa. "¡Puff! Perdieron" exhibió un tabloide escocés después de que Inglaterra perdiera la EuroCopa de 1996, a manos de Alemania. Para un deportista fanático, pocas cosas parecen tan dulces como el infortunio de un archirrival. Tanto la derrota de un rival, como el triunfo del equipo propio activan las áreas cerebrales asociadas con el placer (Cikara et al., 2011).

Las minorías numéricas, como lo son los escoceses en Gran Bretaña, están conscientes en especial de sus identidades sociales. Los cinco millones de escoceses, y sus descendientes, están más conscientes de su identidad nacional frente a los 53 millones de ingleses vecinos que viceversa (Estados Unidos y Canadá cuentan con solo nueve organizaciones inglesas y con 111 escocesas [Watson, 2015]). Del mismo modo, los cinco millones de neozelandeses están más conscientes de su identidad frente a los 24 millones de australianos, y es más probable que apoyen a los oponentes deportivos de Australia (Halberstadt et al., 2006).

meta superordinada
Meta compartida que requiere de un esfuerzo cooperativo; una meta que supera las diferencias que las personas tienen entre sí.

Las metas superordinadas fomentan la cooperación

Cercanamente relacionado con el poder unificador de una amenaza externa está el poder unificador de las **metas superordinadas**, aquellas que unen a todos dentro de un grupo y que requieren de un esfuerzo de cooperación. A fin de promover la armonía entre sus campistas rivales, Sherif introdujo este tipo de metas. Creó un problema con las reservas de agua del campamento y se necesitó de la cooperación de los dos grupos para restablecerlas. Dada la oportunidad de rentar una película, una lo bastante costosa como para que requiriera de los recursos conjuntos de ambos grupos, volvieron a cooperar. Cuando uno de los autobuses "se descompuso" durante una excursión, uno de los miembros del personal casualmente dejó una de las cuerdas con las que jugaban cerca del transporte, lo que motivó a uno de los chicos a sugerir que todos jalaran del autobús para volver a arrancarlo. Cuando así sucedió, se dio una celebración con palmadas en la espalda por haber ganado al "tirar de la cuerda contra el autobús".

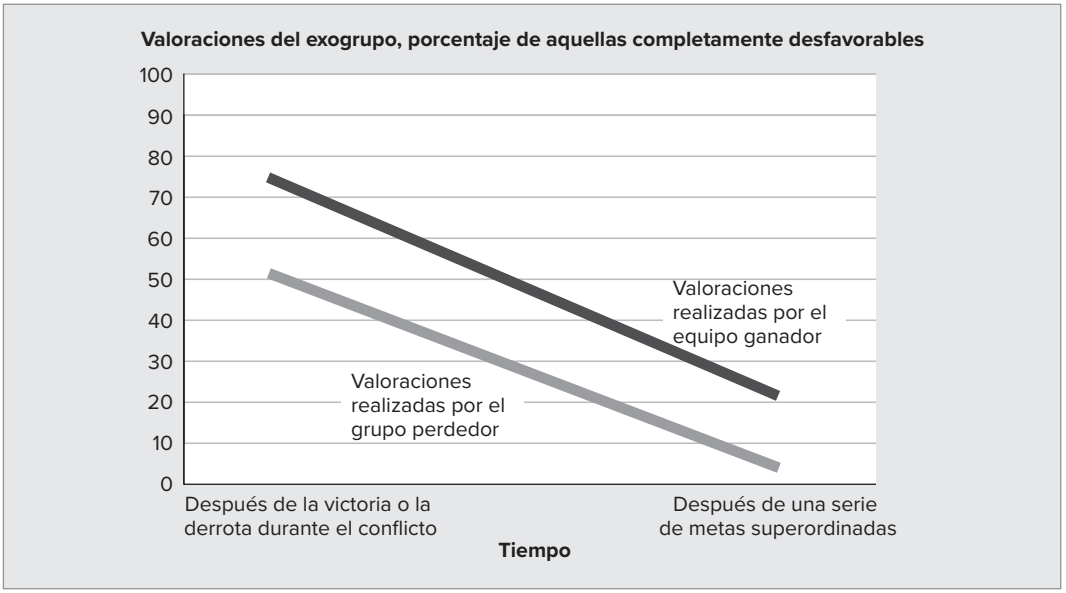
Después de trabajar juntos para alcanzar estas metas superordinadas, los muchachos comieron juntos y se divirtieron en torno a una fogata. Surgieron amistades que cruzaron las fronteras de los grupos y las hostilidades se desvanecieron (**figura 13.6**). El último día, los chicos decidieron regresar a casa en un solo autobús. Durante el viaje, ya no se sentaron en grupos diferentes. Cuando el autobús llegó a las cercanías de Oklahoma City y de casa, todos al unísono empezaron a cantar "Oklahoma" de manera espontánea para después despedirse de sus amigos. Por medio del aislamiento y la competencia, Sherif convirtió a dos grupos de desconocidos en enemigos mortales. A través de las metas superordinadas, transformó a los enemigos en amigos.

¿Los experimentos de Sherif no son más que juegos infantiles? ¿O trabajar juntos para alcanzar metas superordinadas puede ser igual de benéfico para adultos en conflicto? Robert Blake y Jane Mouton (1979) se lo preguntaron. De modo que en una serie de experimentos de dos semanas de duración que involucraron a más de 1 000 ejecutivos de 150 grupos diferentes, recrearon las características esenciales de las situaciones que experimentaron los Cascabeles y las Águilas. Primero, cada grupo llevó a cabo actividades por sí mismo, después compitió con otro grupo y, por último, cooperó con este para trabajar en pos de metas de nivel superior elegidas de manera conjunta. Sus resultados proporcionaron "evidencia contundente de que las reacciones adultas fueron equivalentes a aquellas de los sujetos más jóvenes de Sherif". El mismo fenómeno de rivalidad convertida en unidad sucede en las elecciones nacionales. Las intensas rivalidades entre candidatos contrarios dentro de un partido de gran tamaño desaparecen cuando el nominado que eligen se enfrenta a una competencia electoral contra el nominado del partido opositor.

Al extender tales hallazgos, John Dovidio, Samuel Gaertner y sus colaboradores (2005, 2009) informaron que trabajar de manera cooperativa tenía efectos en especial favorables bajo condiciones que condujeran a las personas a definir un nuevo grupo inclusivo que disolviera sus subgrupos anteriores. Los viejos sentimientos de sesgo en contra del otro grupo disminuyen cuando los

FIGURA 13.6

Después de la competencia, las Águilas y los Cascabeles se valoraron de manera poco favorable. Después de trabajar de manera cooperativa para alcanzar metas superiores, la hostilidad disminuyó de manera espectacular.
Fuente: datos de Sherif, M. (1966). *In common predicament: Social psychology of intergroup conflict and cooperation.* Boston, MA: Houghton Mifflin, p. 84.



miembros de ambos grupos se sientan en torno a una mesa (más que en lados contrarios de esta), le dan un nombre único al nuevo grupo y después trabajan de manera conjunta bajo condiciones que fomentan el buen humor. "Nosotros" contra "ellos" se convierte en un enorme "nosotros" nuevo.

A fin de luchar en contra de Alemania, Italia y Japón durante la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos y la antigua URSS, junto con otras naciones, formaron un solo grupo unido al que nombraron los Aliados. Mientras duró la meta superordinada de derrotar a un enemigo común, duraron también las actitudes de apoyo de Estados Unidos hacia los rusos. Desde las tribus amazónicas hasta los países europeos, la paz se da cuando los grupos se interrelacionan, se vuelven interdependientes y desarrollan una identidad social dominante (Fry, 2012). A fin de reducir las tensiones entre musulmanes y cristianos en la República Centroafricana, Catholic Relief Services les ha pagado a las personas por cavar canales de drenaje con una sola condición: que musulmanes y cristianos trabajen de manera conjunta (Kristof, 2018).

La interdependencia económica a través del comercio internacional también motiva la paz. "Donde hay bienes que cruzan las fronteras, los ejércitos no lo harán", señaló Michael Shermer (2006). Con la proporción tan elevada de la economía china ahora interrelacionada con las economías occidentales, su interdependencia reduce las probabilidades de una guerra entre China y Occidente.

Promoción de una "identidad endogrupal común". La prohibición de colores de pandilla y la práctica europea común de los uniformes escolares, que también es una tendencia creciente dentro de Estados Unidos, tiene la finalidad de cambiar el "nosotros" contra "ellos" en un nuevo "nosotros" de mayor tamaño.
©Ian Shaw/Getty Images

Los esfuerzos de cooperación que llevaron a cabo los Cascabeles y las Águilas finalizaron con el éxito. ¿Hubiera surgido la misma armonía si el agua hubiera seguido cerrada, si no hubieran podido costear la película y si el autobús no hubiera querido arrancar? Quizá no. Algunos experimentos con estudiantes universitarios han confirmado que la cooperación *exitosa* entre dos grupos aumenta su atracción mutua. Sin embargo, si los grupos que antes estuvieron en conflicto *fracasan* en el esfuerzo cooperativo, y si las condiciones les permiten atribuir el fracaso al grupo contrario, es posible que el conflicto empeore (Worchel et al., 1977, 1978, 1980). Los grupos de Sherif ya sentían hostilidad entre sí. Por ello, el no lograr acumular los fondos necesarios para rentar la película pudo haberse atribuido a la "tacañería" y "egoísmo" del otro grupo. Eso hubiera exacerbado el conflicto, en lugar de aliviarlo. La unidad se ve alimentada por el esfuerzo y logro de metas superordinadas.

El aprendizaje cooperativo mejora las actitudes raciales

Hasta el momento, hemos observado los modestos beneficios sociales que se logran cuando la ausencia de la segregación se ve acompañada de los vínculos emocionales de la amistad y en las relaciones en igualdad de estatus. Y también hemos señalado los espectaculares beneficios sociales de los exitosos contactos cooperativos entre miembros de grupos rivales. Por ello varios equipos de investigadores se preguntaron: sin comprometer el logro académico, ¿podríamos promover las amistades interraciales reemplazando las situaciones competitivas de aprendizaje por situaciones cooperativas? Dada la diversidad de sus métodos (todos los cuales involucraron a estudiantes en equipos de estudio integrados, en ocasiones en competencia con otros equipos) los resultados fueron notables y esperanzadores.

"Fue una situación realmente emocionante. ¡Mis estudiantes y yo habíamos encontrado una manera para hacer que la falta de segregación funcionara como siempre se había pretendido que lo hiciera!".

—Elliot Aronson, "Drifting My Own Way", 2003

¿Los estudiantes que participan en actividades de cooperación existentes, como equipos atléticos y proyectos de clase interraciales, son menos prejuiciosos? En un experimento, jóvenes blancos en expediciones de *Outward Bound* de dos a tres semanas de duración (que implicaban contacto íntimo y cooperación) expresaron una mejora actitudinal hacia los jóvenes negros un mes después de la expedición, *siempre y cuando* los hayan asignado de manera aleatoria a un grupo de expedición interracial (Green y Wong, 2008).

Robert Slavin y Nancy Madden (1979) analizaron datos de encuestas a 2 400 estudiantes en 71 instituciones de educación media superior en Estados Unidos y encontraron resultados alentadores semejantes. Aquellos de razas diferentes que trabajan y juegan juntos tienen mayores probabilidades de informar que tienen amigos de otras razas y a expresar actitudes raciales positivas. Charles Green y colaboradores (1988) lo confirmaron en un estudio de 3 200 estudiantes de educación media en Florida. En comparación con los alumnos de escuelas competitivas tradicionales, aquellos que

La cooperación interracial, en equipos atléticos, en proyectos de clase y en actividades extracurriculares, desaparece las diferencias y mejora las actitudes raciales. Los miembros blancos de equipos que juegan deportes cooperativos (como básquetbol) con compañeros negros expresan mayor agrado y apoyo por los negros que sus contrapartes que participan en deportes individuales (como lucha grecorromana) (Brown et al., 2003).
©sirtravelalot/Shutterstock

estaban en escuelas con equipos de aprendizaje interraciales exhibieron actitudes raciales más positivas.

A partir de estos resultados correlacionales, ¿podemos concluir que la actividad cooperativa interracial mejora las actitudes raciales? Para averiguarlo, es necesario experimentar. Asigne a algunos alumnos, pero no a otros, a grupos racialmente diversos, de manera aleatoria. Slavin (1985; Slavin et al., 2003, 2009) y sus colegas dividieron a los salones en equipos interraciales, cada uno compuesto de cuatro o cinco alumnos de todos los niveles de aprovechamiento. Los miembros del equipo se sentaban juntos, estudiaban varias materias juntos y, al final de cada semana, competían con otros equipos en un torneo dentro de cada clase. Todos los miembros contribuían a la puntuación de su equipo con un buen desempeño, en ocasiones mediante competencias contra otros estudiantes cuyos logros recientes eran semejantes a los propios, y en ocasiones compitiendo contra sus propias puntuaciones anteriores. Todo el mundo tenía oportunidad de triunfar. Además, los miembros del equipo se sentían motivados a ayudarse entre sí a fin de prepararse para el torneo semanal (haciéndose preguntas relacionadas con fracciones, ortografía o datos históricos) o cualquier otra cosa que se incluyera en el siguiente torneo. En lugar de aislar a los estudiantes unos de otros, la competencia entre equipos los llevó a tener un contacto más cercano e hizo que surgiera el apoyo mutuo.

Otro equipo de investigación, dirigido por Elliot Aronson (2004; Aronson y Gonzalez, 1988), despertó una cooperación grupal parecida por medio de una técnica de "rompecabezas". En experimentos en escuelas de educación básica en Texas y California, los investigadores asignaron a los niños a grupos racial y académicamente diversos de seis integrantes. Después, el tema a estudiar se dividía en seis partes y cada uno de los alumnos se convertía en el experto relacionado con su parte. En una unidad dedicada a Chile, por ejemplo, uno de los alumnos se convertía en el experto en la historia de Chile, otro en la geografía del país, otro en su cultura. Primero, los diversos "historiadores", "geógrafos" y demás se reunían a fin de dominar el material. Después, regresaban a sus equipos de origen y enseñaban el material a sus compañeros. Cada uno de los miembros del grupo tenía, por así decirlo, una de las piezas del rompecabezas..

Cooperación y paz. Algunos investigadores han identificado más de 40 sociedades pacíficas; sociedades en las que las personas viven sin casos registrados de violencia, o con casi ningún caso. Un análisis de 25 de estas sociedades, que incluyen el levantamiento cooperativo de graneros entre los Amish, como se muestra aquí, revela que la mayoría de ellas basan su cosmovisión en la cooperación, más que en la competencia (Bonta, 1997)2.
©George Sheldon/Shutterstock

Así, los alumnos más confiados tenían que escuchar y aprender de los alumnos reticentes quienes, a su vez, pronto se percataban de que tenían algo importante que ofrecerles a sus compañeros. Otros equipos de investigación han ideado métodos adicionales para el aprendizaje cooperativo. Diversos estudios (148 de ellos en 11 países diferentes) muestran que los adolescentes generan relaciones más positivas con sus pares y que incluso pueden lograr más cuando trabajan de forma cooperativa que cuando lo hacen de forma competitiva (Lemmer y Wagner, 2015; Roseth et al., 2008).

¿Qué podemos concluir a partir de todas estas investigaciones? Por medio del aprendizaje cooperativo los alumnos aprenden no solo el material, sino también otras lecciones. El aprendizaje cooperativo, afirman Slavin y Cooper (1999), promueve "el aprovechamiento académico de todos los estudiantes al tiempo que mejora las relaciones intergrupales". Aronson informó que "los niños en el salón de clases

interdependiente de rompecabezas llegan a agradarse más, a desarrollar un mayor agrado por la escuela y a desarrollar una mayor autoestima que los niños en las aulas tradicionales" (1980, p. 232).

Además, también empiezan a florecer las amistades interraciales y mejoran las puntuaciones de prueba de los estudiantes minoritarios (tal vez porque el aprovechamiento académico ahora tiene el apoyo de los compañeros). Después de finalizados los experimentos, muchos de los maestros continuaron utilizando el aprendizaje cooperativo (D. W. Johnson et al., 1981; Slavin, 1990). "Resulta evidente —escribió el experto en relaciones interraciales, John McConahay (1981)— [que el aprendizaje cooperativo es] la práctica más eficaz que conocemos hasta el momento para mejorar las relaciones raciales en escuelas no segregadas".

¿Debimos saberlo desde siempre? En la época en que la Suprema Corte tomó su decisión de 1954, Gordon Allport habló en nombre de muchos psicólogos sociales cuando predijo que "el prejuicio [...] puede reducirse por medio del contacto de estatus igualitario entre grupos minoritarios y mayoritarios en busca de metas comunes" (1954, p. 281). Los experimentos de aprendizaje cooperativo confirmaron el discernimiento de Allport, lo que hace que Robert Slavin y sus colaboradores (1985, 2003) se muestren optimistas: "treinta años después de que Allport planteó los principios básicos aplicados en los métodos de aprendizaje cooperativo, al final contamos con métodos prácticos y comprobados para implementar la teoría del contacto en el salón de clases sin segregación [...] Las investigaciones del aprendizaje cooperativo son una de las máximas historias de éxito en la historia de la investigación educativa".

Para un ejemplo de abolición de la segregación exitosa, véase "Enfoque: Branch Rickey, Jackie Robinson y la integración del béisbol".

Enfoque

Branch Rickey, Jackie Robinson y la integración del béisbol

El 10 de abril de 1947, un anuncio de 19 palabras de longitud cambió para siempre la cara del béisbol y sometió a prueba a los principios de la psicología social: "El día de hoy, los Dodgers de Brooklyn compraron el contrato de Jackie Roosevelt Robinson de los Reales de Montreal. Se reportará de inmediato". Cinco días más tarde, Robinson se convirtió en el primer afroestadounidense desde 1887 en jugar béisbol dentro de las grandes ligas. Ese otoño, los fanáticos de los Dodgers realizaron su sueño de llegar a la Serie Mundial. Robinson, después de tolerar burlas raciales, pelotazos deliberados y barridas con los spikes por delante recibió el título de novato del año por el *Sporting News* y, en una encuesta, terminó en segundo lugar, detrás de Bing Crosby, como el hombre más popular de Estados Unidos. Las barreras raciales del béisbol se rompieron para siempre.

Motivado tanto por su moralidad metodista, como por un impulso a triunfar en el béisbol, el ejecutivo de las Grandes Ligas, Branch Rickey había estado planeando tomar esta medida por algún tiempo, informaron los psicólogos sociales Anthony Pratkanis y Marlene Turner (1994a, b). Tres años antes, el presidente sociólogo del Comité para la Unidad del Alcalde le había pedido a Rickey que eliminara la segregación de su equipo. Su respuesta fue pedirle tiempo (para que la contratación no se atribuyera a la presión) y consejo sobre la mejor manera para hacerlo. En 1945, Rickey era el único dueño que había votado en contra de mantener a los negros fuera del juego. En 1947, se puso en marcha por medio del uso de estos principios que identificaron Pratkanis y Turner:

- *Crear la percepción de que el cambio es inevitable*. Dejar las mínimas posibilidades de que las protestas o la resistencia puedan dar marcha atrás. El anunciador de radio del equipo, Red Barber, un sureño tradicional, recordó que en 1945 Rickey lo invitó a comer y le explicó de manera muy lenta y enfática que sus cazatalentos estaban buscando "al primer jugador negro que pueda incorporar a los Dodgers blancos. No sé quién es, ni dónde se encuentra, pero está por venir". Al principio, un encolerizado Barber pensó en renunciar, pero con el tiempo decidió aceptar lo inevitable y conservar el "mejor empleo como anunciador deportivo de todo el mundo". Rickey se mostró igual de impasible con los demás jugadores en 1947, ofreciendo intercambiar a cualquier jugador que no quisiera jugar con Robinson.
- *Establecer un contacto de estatus igualitario con una meta superordinada*. Un sociólogo le explicó a Rickey que cuando las relaciones se centraban en una meta superior, como ganar el título divisional, "las personas involucradas se ajustarán de manera apropiada". Uno de los jugadores que de inicio habían estado en contra de la medida, más tarde le ayudó a Robinson a mejorar su bateo y explicó: "cuando estás en un equipo, tienes que unirte para poder triunfar".
- *Romper con la norma del prejuicio*. Rickey fue el pionero, pero hubo otros que lo ayudaron. El principal parador en corto del equipo, Pee Wee Reese, un sureño, estableció la pauta de sentarse a comer con Robinson. Un día, en Cincinnati, mientras la muchedumbre gritaba insultos racistas: "¡saquen a ese negro del juego"! Reese abandonó su posición de parador en corto, caminó hasta Robinson, en primera base, le sonrió, habló con él y después, ante la mirada del silencioso público, puso su brazo alrededor de los hombros de Robinson.

- *Cortar la espiral de violencia practicando la no violencia*. Rickey, quien quería a "un pelotero que tuviera las agallas suficientes como para no tomar represalias", realizó ejercicios de interpretación de rol con Robinson para mostrarle el tipo de insultos y de juego sucio al que se enfrentaría y obtuvo de parte de Robinson la promesa de que no contestaría a la violencia con violencia. Cuando Robinson recibió insultos y barridas con los spikes, dejó las represalias en manos de sus compañeros. Así, se incrementó la cohesión del equipo.

Más tarde, tanto Robinson como Bob Feller se convirtieron en los primeros jugadores en la historia del béisbol en ser electos para el Salón de la Fama en el primer año en que fue posible que se les eligiera. Al recibir su galardón, Robinson les pidió a tres personas que se levantaran junto a él: su madre, su esposa y su amigo Branch Rickey.

Para resumir, los contactos cooperativos en igualdad de estatus ejercen una influencia positiva en jóvenes campistas, ejecutivos industriales, estudiantes universitarios y alumnos de educación básica. ¿El mismo principio se extiende a todos los niveles de relación humana? ¿Las familias se ven unidas al trabajar en conjunto para cultivar sus tierras, restaurar una vieja casa o navegar un barco? ¿Se crean identidades comunitarias al levantar graneros, cantar a coro o gritar porras durante un juego de futbol? ¿Se genera una comprensión internacional a través de las colaboraciones entre naciones en ciencia y espacio, o por esfuerzos conjuntos para alimentar al mundo y conservar recursos, o a través de los contactos personales amistosos entre personas de diferentes países? Los indicios señalan que la respuesta a todas estas preguntas es sí (Brewer y Miller, 1988; Desforges et al., 1991, 1997; Deutsch, 1985, 1994). Por ende, un reto importante al que se enfrenta nuestro mundo dividido es identificar y coincidir en cuanto a nuestras metas superordinadas y estructurar los esfuerzos de cooperación para alcanzarlas.

Grupos e identidades superordinadas

En la vida cotidiana, es frecuente que reconciliemos múltiples identidades (Gaertner et al., 2000, 2001). Reconocemos nuestra identidad subgrupal (como padres o hijos) y después la trascendemos (al percatarnos de nuestra identidad superordinada como familia). El orgullo en nuestra herencia étnica puede complementar nuestra identidad nacional o comunitaria más generalizada. Estar conscientes de nuestras *múltiples* identidades sociales permite la cohesión social (Brewer y Pierce, 2005; Crisp y Hewstone, 1999, 2000). "Soy muchas cosas, algunas de las cuales también eres tú".

"La mayoría de nosotros tenemos identidades superpuestas que nos unen con grupos de lo más diversos. Podemos amar lo que somos sin odiar aquello, y a aquellos, que no somos. Podemos florecer dentro de nuestra propia tradición al mismo tiempo en que aprendemos de otras y que llegamos a respetar sus enseñanzas".

—Kofi Annan, discurso de recepción del premio Nobel de la Paz, 2001

Pero en las culturas con diversidad étnica, ¿de qué modo las personas equilibran sus identidades étnicas con sus identidades nacionales? Es posible que tengan una identidad "bicultural" u "omnicultural" que se identifique tanto con la cultura más general, así como con su propia cultura étnica y religiosa (Moghaddam, 2009, 2010; Phinney, 1990). "En muchas maneras, soy como todos los que me rodean, pero también afirmo mi propia herencia cultural". Así, los asiáticos étnicamente conscientes que viven en Inglaterra también pueden sentirse británicos de manera determinada (Hutnik, 1985). Los francocanadienses que se identifican con sus raíces étnicas también pueden, o no, sentirse canadienses de forma decidida (Driedger, 1975). Los estadounidenses que retienen un poderoso sentido de su "cubanidad" (o de su herencia mexicana o portorriqueña), también pueden identificarse de modo convincente como estadounidenses (Roger et al., 1991). Como lo explicó W. E. B. DuBois (1903, p. 17) en *The Souls of Black Folk*, "El negro estadounidense [añora]... ser tanto negro como estadounidense".

Al paso del tiempo, es frecuente que crezca la identificación con una nueva cultura. Los anteriores alemanes del este y del oeste han llegado a concebirse como "alemanes" (Kessler y Mummendey, 2001). Los hijos de inmigrantes chinos en Australia y Estados Unidos perciben su identidad china como algo menos sólido y su nueva identidad nacional más firmemente que los inmigrantes que nacieron en China (Rosenthal y Feldman, 1992). Sin embargo, es frecuente que los *nietos* de los inmigrantes se sientan más cómodos identificándose con su origen étnico (Triandis, 1994).

Cuadro 13.1 Identidad étnica y cultural

	Identificación de grupo étnico	
Identificación de grupo mayoritario	**Fuerte**	**Débil**
Fuerte	Bicultural	Asimilada
Débil	Separada	Marginal

Fuente: adaptado de Phinney, J. S. (1990). Ethnic identity in adolescents and adults: Review of research. *Psychological Bulletin,* 108, 499-514.

Los investigadores se han preguntado si el orgullo por el propio grupo compite con la identificación con el grupo más amplio. En parte, nos valoramos en términos de nuestras identidades sociales. Considerar que nuestro propio grupo (nuestra escuela, nuestra empresa, nuestra familia, nuestra raza, nuestra nación) es bueno nos ayuda a sentirnos bien con nosotros mismos. Por ello una identidad étnica positiva puede contribuir a una autoestima positiva. Lo mismo puede suceder en el caso de una identidad positiva con la cultura más dominante. Las personas "marginales", que no tienen una fuerte identidad étnica, ni una fuerte identidad con la cultura dominante (**cuadro 13.1**) con frecuencia exhiben una baja autoestima. Las personas biculturales que afirman ambas identidades, típicamente tienen un autoconcepto muy positivo (Phinney, 1990; Sam y Berry, 2010). Con frecuencia, alternan entre sus dos culturas, adaptando su idioma y comportamiento a cualquiera de los grupos en el que se encuentren (LaFromboise et al., 1993).

¿Es mejor reconocer y afirmar las diferencias de grupo o ver más allá de ellas (Hahn et al., 2015)? Continúa la polémica relacionada con los ideales del multiculturalismo (la celebración de la diversidad) contra la asimilación ciega (integrar los propios valores y hábitos con la cultura prevaleciente). En comparación con estudiantes universitarios minoritarios, aquellos que pertenecen al grupo racial mayoritario, sea negro o blanco, están más a favor de la asimilación. Por ejemplo, es frecuente que estén de acuerdo con que "debería haber un solo centro en el campus para todos los estudiantes, más que centros culturales separados para los alumnos de distintos grupos raciales" (Hehman et al., 2012).

De un lado del debate multiculturalista contra asimilación se encuentran aquellos que creen, como lo ha declarado el Departamento de Herencia Canadiense (2006), que "el multiculturalismo garantiza que todos los ciudadanos puedan mantener sus identidades, sentir orgullo por su ascendencia y tener una sensación de pertenencia. La aceptación les brinda a los canadienses una sensación de seguridad y confianza propia, lo que los hace abiertos y aceptadores de las diversas culturas".

"Nada inspira una mayor tolerancia por parte de los intolerantes que una abundancia de creencias, prácticas, rituales, instituciones y procesos comunes y unificadores".

—Jonathan Haidt, *When and Why Nationalism Beats Globalism,* 2016

Del otro lado se encuentran aquellos que coinciden con el presidente de la Commission for Racial Equality, Trevor Phillips (2004), a quien le preocupa que el multiculturalismo separe a las personas. Los experimentos que llevaron a cabo Jacquie Vorauer y Stacey Sasaki (2011) mostraron que en situaciones amenazantes, destacar las diferencias multiculturales aumentó la hostilidad. Centrarse en las diferencias alentó a las personas a prestar atención y dar significado a las conductas amenazantes de los miembros del exogrupo. Del mismo modo, destacar las diferencias genéticas entre grupos étnicos contribuye al riesgo de violencia, mientras que aprender más acerca de las semejanzas genéticas ayuda a fomentar la paz (Kimel et al., 2016). Así un punto de vista alternativo de valores comunes inspiró al gobierno de Ruanda a declarar que "aquí no hay etnicidad. Todos somos ruandeses". En el periodo posterior a los baños de sangre étnicos de Ruanda, los documentos gubernamentales, así como el radio y la televisión, controlados por el gobierno, han dejado de mencionar a los hutu y a los tutsi (Lacey, 2004).

Diversidad y unidad: escoceses *y* británicos. Con el establecimiento de su propio parlamento y del surgimiento del Partido Nacional Escocés, la identidad escocesa se ha fortalecido. Sin embargo, en 2014, los escoceses también votaron a favor de conservar su identidad británica, como parte del Reino Unido.
©Rex Features

En el espacio entre el multiculturalismo y la asimilación se encuentra la "diversidad dentro de la unidad", una perspectiva omnicultural que defienden el psicólogo cultural Fathali Moghaddam (2009, 2010), el sociólogo Amitai Etzioni y otros (2005): "presupone que todos los miembros de una sociedad dada respetarán por completo y acatarán aquellos valores e instituciones básicas que se considera forman parte del entramado compartido básico de la sociedad. Al mismo tiempo, cada grupo dentro de la sociedad está en libertad de conservar su subcultura diferenciada; aquellas políticas, hábitos e instituciones que no entran en conflicto con el núcleo compartido".

Al forjar ideales unificadores, los países de inmigrantes como Estados Unidos, Canadá y Australia han evitado las guerras étnicas. En estos países, irlandeses e italianos, suecos y escoceses, asiáticos y africanos rara vez matan en defensa de sus identidades étnicas. No obstante, incluso las naciones de inmigrantes luchan entre la separación y la totalidad, entre el orgullo de las personas por su herencia diferenciada y su unidad dentro de una sola nación, entre el reconocimiento de la realidad de la diversidad y la búsqueda de valores e identidades compartidas. El ideal de la diversidad dentro de la unidad es el que se representa en el lema de Estados Unidos: *E pluribus unum*. De muchos, uno.

COMUNICACIÓN

Las partes en conflicto tienen otras maneras de resolver sus conflictos. Cuando marido y mujer, o trabajadores y gerencia, o la nación X y la Y no coinciden, pueden **negociar** entre sí de manera directa. Pueden pedirle a una tercera parte que **medie** haciendo sugerencias y facilitando la negociación, o bien pueden **arbitrar** presentando su desacuerdo ante alguien que estudie el caso e imponga un acuerdo.

negociación
La búsqueda de un acuerdo a un conflicto a través del trato directo entre las diferentes partes.

mediación
El intento que hace una tercera parte neutral a fin de resolver un conflicto facilitando la comunicación y ofreciendo sugerencias.

arbitraje
Resolución de conflictos a través de una tercera parte neutral que estudia ambos lados e impone un arreglo.

Negociación

Si usted desea comprar o vender un auto, ¿es mejor que adopte una postura ruda en la negociación y que inicie con una oferta extrema a fin de que al encontrar un punto medio obtenga un resultado favorable? ¿O acaso le conviene empezar con una oferta sincera "de buena fe"?

Los experimentos no ofrecen una respuesta sencilla. Por una parte, aquellos que demandan más con frecuencia obtienen más. Robert Cialdini, Leonard Bickman y John Cacioppo (1979) proporcionan un resultado típico: en la condición de control, se acercaron a diferentes agencias de Chevrolet y preguntaron el precio del Cupé Montecarlo deportivo nuevo. En la condición experimental, se acercaron a otras agencias y, de inicio, adoptaron una postura de negociación más firme pidiendo y rechazando el precio relacionado con *otro* vehículo ("Necesito un precio mucho menor a ese. Eso es demasiado"). Después, cuando preguntaron el precio del Montecarlo, exactamente de la misma manera que en la condición de control, recibieron cotizaciones que, en promedio, fueron de 200 dólares menos.

La negociación firme puede reducir las expectativas de la otra parte, lo que hace que uno de los lados esté dispuesto a pactar por menos (Yukl, 1974). Pero hay ocasiones en que la dureza puede resultar contraproducente. Muchos conflictos tienen que ver con la repartición de un pastel que no es de tamaño fijo, sino que se reduce de tamaño si la negociación continúa. A menudo, una demora temporal es un escenario en el que todos pierden. Cuando una huelga se prolonga, los trabajadores pierden salarios y la gerencia pierde ganancias. Por ende, adoptar una posición firme es un escenario en el que, en potencia, todos pueden salir perdiendo. Si la otra parte responde con una postura igual de firme, es posible que ambas partes se vean atadas a posturas a las que nadie puede renunciar sin perder la apariencia.

En las semanas anteriores a la Guerra del Golfo Pérsico en 1991, el primer presidente Bush amenazó, bajo el pleno resplandor de los reflectores de la publicidad, que "patearía el trasero de Saddam". Sadam Hussein, no menos macho, amenazó con hacer que los "impíos" estadounidenses "nadaran en su propia sangre". Después de este tipo de afirmaciones beligerantes, fue imposible que cualquiera de ambas partes evitara la guerra y conservaran las apariencias.

Mediación

Un tercero mediador puede ofrecer sugerencias que permitan que las partes en conflicto realicen concesiones y guarden las apariencias a un mismo tiempo (Pruitt, 1998). Si la concesión que estoy haciendo puede atribuírsele a un mediador, quien está obteniendo una concesión equivalente por parte de mi oponente, no podrá considerarse que ninguna de las partes esté cediendo por debilidad.

TRANSFORMAR UN GANAR-PERDER EN UN GANAR-GANAR Los mediadores también ayudan a resolver conflictos facilitando la comunicación constructiva. Su primera tarea es ayudar a las partes a repensar el conflicto y a obtener mayor información relacionada con los intereses del otro. Típicamente, las personas de ambos lados tienen una orientación competitiva de "ganar-perder": se considerarán exitosos si su oponente está infeliz con el resultado y no lo serán si su oponente se siente satisfecho (Thompson et al., 1995). El objetivo del mediador es reemplazar esta orientación ganar-perder con una orientación cooperativa ganar-ganar alentando a ambas partes a dejar de lado sus demandas conflictivas y, en lugar de ello, pensar en las necesidades, intereses y metas subyacentes de cada quien.

Una clásica historia en la que todos salen ganando es la de dos hermanas que estaban peleándose por una naranja (Follett, 1940). Al final, deciden llegar a un compromiso y dividen la naranja por la mitad, momento en el cual una de las hermanas exprime su mitad para extraerle el jugo, mientras que la otra utiliza la cáscara de su mitad para hacer un pastel. Si las hermanas hubieran explicado *por qué* querían la naranja, lo más probable es que pudieron haber acordado compartirla, quedándose una de ellas con todo el jugo y la otra con toda la ralladura de la cáscara. Este es un ejemplo de **acuerdo integrador** (Pruitt y Lewis, 1975, 1977). A diferencia de las soluciones de compromiso, en las que cada parte sacrifica algo importante, los acuerdos integradores son más perdurables. Al recompensar mutuamente, conducen a relaciones más continuas (Pruitt, 1986).

acuerdos integradores
Acuerdos en que todos ganan y que reconcilian los intereses de ambas partes para beneficio mutuo.

DESHACER LAS PERCEPCIONES ERRÓNEAS POR MEDIO DE LAS COMUNICACIONES CONTROLADAS Es frecuente que la comunicación ayude a reducir las percepciones erróneas autocumplidas. Quizá usted pueda recordar experiencias similares a la de esta estudiante universitaria:

> Con frecuencia, después de un periodo prolongado de falta de comunicación, percibo el silencio de Martha como señal del desagrado que siente por mí. Ella, a su vez, cree que mi silencio es el resultado del enojo que siento por ella. Mi silencio induce el suyo que, a su vez, me hace más silenciosa todavía... hasta que este efecto de bola de nieve se ve deshecho por algún suceso que nos obliga a interactuar. Y entonces, la comunicación deshace por completo todas las malas interpretaciones que habíamos formado la una de la otra.

El resultado de este tipo de conflicto con frecuencia depende de *cómo* es que las personas comunican sus sentimientos. Los psicólogos Ian Gotlib y Catherine Colby (1988) ofrecieron consejos a parejas sobre cómo evitar las peleas destructivas y convertirlas en discusiones positivas (**cuadro 13.2**). Por ejemplo, los niños pueden aprender que el conflicto es normal, que las personas pueden aprender a llevarse con aquellos que son diferentes a ellos, que la mayoría de las disputas pueden resolverse de manera en que todos salgan ganando y que las estrategias de comunicación no violenta son una alternativa a un mundo de acosadores y víctimas. Este "currículo de prevención

Cuadro 13.2 Cómo pueden las parejas discutir de manera constructiva

NO	SÍ
• evada el argumento. utilice la "ley del hielo" o aléjese de la discusión	• defina el tema claramente y repita los argumentos del otro en sus propias palabras
• utilice su conocimiento íntimo de la otra persona para golpearla debajo del cinturón o humillarla	• comunique sus sentimientos positivos y negativos
• incluya temas que no están relacionados	• esté abierto a la realimentación relacionada con su comportamiento
• finja que está de acuerdo con algo al tiempo que alberga resentimientos	• aclare los puntos en los que está de acuerdo, en los que no está de acuerdo, y aquello que más les importa a los dos
• diga al otro cómo se está sintiendo	• haga preguntas que ayuden a encontrar las palabras para expresar sus preocupaciones
• ataque de manera indirecta criticando a alguien o algo que la otra persona valora	• espere a que se tranquilicen las explosiones espontáneas sin tomar represalias
• socave al otro intensificando sus inseguridades o amenazando con algún desastre	• ofrezca sugerencias positivas para la mejoría mutua

Los facilitadores de la comunicación trabajan a fin de derribar barreras, como en este ejercicio de capacitación en diversidad. La capacitación en diversidad también puede mejorar las actitudes dentro de las organizaciones laborales (Kalinoski et al., 2013).
©Rawpixel.com/Shutterstock

de la violencia... no tiene nada que ver con la pasividad", señala Deborah Prothrow-Stith (1991, p. 183). "Tiene que ver con utilizar el enojo no para lastimarse a uno mismo o a nuestros pares, sino para cambiar al mundo".

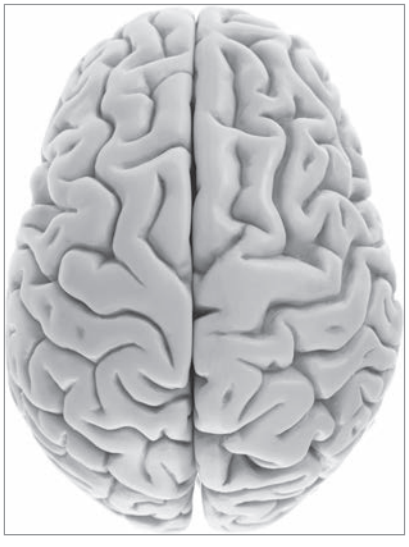
David Johnson y Roger Johnson (1995, 2000, 2003) ofrecieron alrededor de 12 horas de capacitación en resolución de conflictos a niños de primero a noveno grados con resultados alentadores. Antes de la capacitación, la mayoría de los estudiantes se involucraban en conflictos diarios (descalificaciones, insultos, pleitos relacionados con turnos en el patio de juegos, problemas relacionados con posesiones) disputas que casi siempre derivaban en ganadores y perdedores. Después de la capacitación, los niños encontraron con más frecuencia soluciones donde todos salían ganando, mediaron mejor en los conflictos entre amigos y retuvieron y aplicaron sus nuevas habilidades dentro y fuera de la escuela a lo largo del año escolar. Cuando esto se implementa con la totalidad del cuerpo estudiantil, el resultado es una comunidad de alumnos más pacífica y un aumento en el logro académico.

Los investigadores del conflicto informan que un factor esencial es la *confianza* (Balliet y Van Lange, 2013). Si usted cree que la otra persona es bienintencionada, es más probable que le confiese sus necesidades e inquietudes. Si hay una falta de confianza, es posible que tema que abrirse le dará al otro información que podría utilizar en su contra. Incluso las conductas más sencillas pueden aumentar la confianza. En diferentes experimentos, aquellos negociadores a quienes se les instruyó para que imitaran los gestos de los demás, de la misma manera en que lo hacen las personas empáticas de forma natural, evocaron mayor confianza y un descubrimiento superior de intereses compatibles, así como tratos mutuamente satisfactorios (Maddux et al., 2008). Reunirse con las personas cara a cara y escuchar sus puntos de vista en su propia voz (más que por escrito) también ayuda a humanizarlas (Schroeder et al., 2018).

"[Existe] una barrera psicológica entre nosotros, una barrera de sospechas, una barrera de rechazos; una barrera de miedo, de engaño y de alucinación...".

—Anwar Al-Sadat, presidente de Egipto, ante la *Knéset* de Israel, 1977

Cuando dos partes desconfían entre sí y se comunican de manera improductiva, un tercero mediador, un terapeuta de parejas, mediador laboral, diplomático, puede ser de ayuda en algunas ocasiones. A menudo, el mediador es alguien en quien confían ambas partes. En el decenio de 1980, se necesitó de un musulmán argelino que mediara en el conflicto entre Irán e Irak, y del Papa para resolver una disputa geográfica entre Argentina y Chile (Carnevale y Choi, 2000).



La confianza, al igual que otras conductas sociales, también es un fenómeno biológico. Los neurocientíficos sociales han encontrado que los individuos con concentraciones disminuidas de serotonina, el neurotransmisor cerebral, se vuelven más propensos a ver una oferta baja en un juego de laboratorio como injusta y, por ende, a rechazarla (Bilderbeck et al., 2014; Colzato et al., 2013; Crockett et al., 2008). Las infusiones de la hormona oxitocina tienen un efecto relativamente contrario y aumentan la confianza que las personas sienten hacia desconocidos en juegos de laboratorio (Zak, 2008).
©hidesy/Shutterstock

Después de convencer a las partes en pugna de repensar el conflicto percibido como de ganar-perder, es frecuente que el mediador pida que cada parte identifique y jerarquice sus metas. Cuando las metas son compatibles, el proceso de jerarquización facilita que cada parte ceda en cuanto a sus metas menos importantes para que ambos puedan alcanzar sus metas principales (Erickson et al., 1974; Schulz y Pruitt, 1978). Sudáfrica alcanzó la paz interna cuando los sudafricanos negros y blancos accedieron a las prioridades de cada quién, reemplazando el *apartheid* con un gobierno de la mayoría y salvaguardando la seguridad, bienestar y derechos de los blancos (Kelman, 1998).

Cuando los trabajadores y la gerencia creen que la meta de la gerencia de mayor productividad y ganancias es compatible con la meta de mejores salarios y condiciones laborales de los trabajadores, pueden empezar a trabajar a favor de una solución integradora en la que todos ganan. Si los trabajadores sacrifican prestaciones que les son benéficas de manera moderada, pero que son muy costosas para la gerencia (quizá algo como atención dental pagada por la empresa) y la gerencia sacrifica arreglos moderadamente valiosos que los trabajadores resienten (como horarios de trabajo

inflexibles) es posible que ambas partes se beneficien (Ross y Ward, 1995). En lugar de considerar que está haciendo concesiones, cada lado puede ver la negociación como un esfuerzo por intercambiar elementos de negociación a cambio de las cosas más valoradas.

Si después las partes acuerdan comunicarse de manera directa, por lo común no se les deja en total libertad con la esperanza de que al verse cara a cara el conflicto se resuelva por sí solo. En medio de un conflicto amenazante y estresante, es frecuente que las emociones alteren nuestra capacidad para comprender el punto de vista de la otra parte. Aunque la felicidad y la gratitud pueden aumentar la confianza, el enojo hace que disminuya (Dunn y Schweitzer, 2005). Así, es posible que la comunicación se torne más difícil justo cuando más se necesita (Tetlock, 1985).

Es frecuente que el mediador estructure el encuentro para que cada parte comprenda y se sienta comprendida por la otra. Es posible que este tercero independiente pida a las partes en pugna que limiten sus argumentos a los hechos, incluyendo afirmaciones de la manera en que se sienten y responden cuando la otra parte se comporta de una manera dada: "me gusta la música, pero si la tocas demasiado fuerte, me resulta difícil concentrarme, lo que me pone de mal humor". A fin de aumentar la empatía, es posible que el mediador les pida a las partes que intercambien papeles y que argumenten la postura del otro, o que imaginen y expliquen lo que la otra persona está experimentando (Yaniv, 2012). Es posible que les pida que replanteen las posturas del otro antes de responder con la suya propia: "entonces te molesta que toque música cuando estás tratando de estudiar".

Diversos experimentos muestran que asumir el punto de vista del otro e inducir la empatía disminuye el uso de estereotipos y aumenta la cooperación (Galinsky y Moskowitz, 2000; Gutenbrunner y Wagner, 2016; Todd et al., 2011). Escuchar a una persona del exogrupo criticar a su propio grupo, como cuando judíos israelíes escucharon a un palestino que criticaba a los palestinos, abre a las personas al punto de vista del exogrupo (Saguy y Halperin, 2014). Ayuda a humanizar al otro, más que a demonizarlo. Es frecuente que esto sea más fácil de hacer para las personas mayores, quienes tienen la sabiduría para aceptar múltiples perspectivas y los límites del conocimiento (Grossmann et al., 2010). Hay ocasiones en que nuestros mayores son más viejos, más sabios y más capaces de abrirse camino en los conflictos sociales.

Cuando las partes, quizás dos colegas o una pareja, se encuentran en un punto muerto y necesitan dejar de lado la parálisis que los aqueja, una estrategia sencilla es, de manera literal, tomar los pasos siguientes de manera conjunta... *salir a caminar*. Caminar juntos, al igual que otras formas de sincronía de movimientos, involucra a las personas al atender a su ambiente y coordinar sus pasos. Hacerlo aumenta su empatía y afinidad, suaviza los límites entre ambos y engendra la cooperación (Good et al., 2017; Webb et al., 2017).

Un tercero neutral también puede sugerir propuestas mutuamente agradables que se desecharían (una "devaluación reactiva") si las ofreciera la otra parte. Una propuesta para el desarme nuclear que los estadounidenses rechazaron cuando se atribuyó a la anterior Unión Soviética pareció más aceptable cuando se le atribuyó a un tercero neutral (Stillinger et al., 1991). De la misma manera, las personas con frecuencia devaluarán en forma reactiva las concesiones que ofrezca su adversario ("es seguro que no les importa en lo absoluto"); exactamente la misma concesión puede parecer más que un gesto carente de significado cuando la sugiere un tercero mediador.

Estos principios de pacificación, basados en parte en experimentos de laboratorio y en parte en la experiencia práctica, han ayudado a mediar conflictos tanto internacionales como industriales (Blake y Mouton, 1962, 1979; Fisher, 1994; Wehr, 1979). Un pequeño equipo de estadounidenses árabes y judíos, conducidos por el psicólogo social Herbert Kelman (1997, 2010), ha llevado a cabo talleres que han reunido a árabes e israelíes influyentes. Kelman y sus

"Colaboración antagónica": convirtiendo rivales en compañeros de equipo. Los grupos con ideas conflictivas pueden querer especificar los puntos en los que están de acuerdo, identificar los puntos de desacuerdo y proponer soluciones a estos de manera conjunta.
©Photononstop/Alamy Stock Photo

colaboradores refutan las percepciones erróneas y ayudan a los participantes a encontrar soluciones creativas para el bien común. Aislados, los participantes están en plena libertad de hablar de modo directo con sus adversarios sin el temor de que sus seguidores se adelanten a lo que se está diciendo. ¿El resultado? Típicamente, ambas partes terminan por comprender la perspectiva del otro y la manera en que cada lado responde a las acciones de su propio grupo.

Arbitraje

Algunos conflictos son tan irresolubles, y los intereses subyacentes tan divergentes, que es imposible alcanzar una resolución satisfactoria para las dos partes. En una disputa de divorcio relacionada con la custodia de un hijo, ambos padres no pueden disfrutar de la custodia plena. En tales casos (disputas sobre las cuentas de reparaciones de inquilinos, salarios de atletas, territorios nacionales) es posible que un tercero mediador pueda (o no) ayudar a resolver el conflicto.

En caso de que no sea posible, es probable que las partes recurran al *arbitraje* que implica que el mediador o que otro tercero independiente *imponga* un acuerdo. Por lo general, los litigantes prefieren resolver sus diferencias sin recurrir al arbitraje para que puedan retener el control del resultado. Neil McGillicuddy y otros (1987) observaron esta preferencia en un experimento que involucraba a litigantes que acudían a un centro de solución de disputas. Cuando las personas sabían que se enfrentarían a un acuerdo arbitrado si fracasaba la mediación, se esforzaban más por resolver el problema, exhibían menor hostilidad y, por ende, tenían mayores probabilidades de llegar a un acuerdo.

En los casos en que las diferencias parecen considerables e irreconciliables, la posibilidad del arbitraje puede ocasionar que los litigantes congelen sus posturas, esperando obtener alguna ventaja cuando el arbitrador determine la solución de compromiso. A fin de combatir dicha tendencia, algunas disputas, como aquellas que involucran los sueldos individuales de jugadores de béisbol, se solucionan por medio del "arbitraje de oferta final", en la que un tercero elige una de las últimas dos ofertas. El arbitraje de oferta final motiva a ambas partes a hacer propuestas razonables.

Típicamente, sin embargo, la oferta final no es tan razonable como lo hubiera sido si cada parte, liberándose del sesgo en interés propio, considerara su propuesta a través de los ojos de la otra parte. Los investigadores de la negociación informan que la mayoría de los litigantes se obcecan a causa de un "exceso de confianza optimista" (Kahneman y Tversky, 1995). La mediación exitosa se ve obstaculizada cuando, como sucede con tanta frecuencia, ambas partes creen que tienen una oportunidad de 66% de ganar la oferta final del arbitraje (Bazerman, 1986, 1990).

CONCILIACIÓN

Hay ocasiones en que la tensión y las sospechas son tan generalizadas que incluso la comunicación, y mucho menos la resolución, se vuelve poco menos que imposible. Es posible que cada parte amenace, coaccione o tome represalias en contra de la otra. Por desgracia, tales actos tienden a corresponderse, lo que escala el conflicto. Entonces, ¿una estrategia de tranquilización de la otra parte por medio de la cooperación incondicional produciría un resultado satisfactorio? A menudo no sucede. En juegos de laboratorio, aquellos 100% cooperativos con frecuencia son explotados. En términos políticos, el pacifismo unilateral suele estar más allá de toda cuestión.

GRIT

El psicólogo social Charles Osgood (1962, 1980) propuso una tercera alternativa, una que es conciliadora, pero lo bastante fuerte como para desalentar el abuso. La llamó "iniciativas graduales y recíprocas de reducción de la tensión". Utilizó sus siglas, **GRIT**, que en inglés significan valor o temple, para ejemplificar la determinación que requerían. GRIT tiene la finalidad de revertir la espiral de conflicto detonando una desaceleración recíproca. Para lograrlo, aprovecha conceptos de la psicología social, como la norma de reciprocidad y la atribución de motivos.

GRIT
(graduated and reciprocated initiatives in tension)
Acrónimo para "iniciativas graduales y recíprocas de reducción de la tensión" en inglés; una estrategia diseñada para desacelerar las tensiones internacionales.

Las GRIT requieren que una de las partes inicie pequeñas acciones de desaceleración *después de anunciar un intento de conciliación*. El iniciador afirma su deseo por reducir las tensiones, declara cada acto de conciliación antes de llevarlo a cabo, e invita a su adversario a llevar a cabo acciones recíprocas. Tales anuncios crean el marco que ayuda al adversario a interpretar de manera correcta algo que, de lo contrario, podría interpretarse como una serie de medidas débiles o engañosas. También logran el cometido de ejercer presión pública sobre el adversario para que siga la norma de la reciprocidad.

A continuación, el iniciador establece su credibilidad y autenticidad llevando a cabo, exactamente como lo anunció, diversos *actos conciliatorios* verificables. Esto intensifica la presión para la reciprocidad. Diversificar los actos conciliatorios, quizá a través de ofrecer ayuda médica, cerrar una base militar o finalizar un embargo comercial, evita que el iniciador haga un sacrificio significativo en cualquier área específica y deja al adversario en libertad de elegir sus propios medios para corresponder. Si el adversario lo hace de manera voluntaria, su propio comportamiento conciliador puede ayudar a suavizar sus actitudes.

Las GRIT *sí* son conciliadoras, pero no se trata de una "rendición a plazos". Los aspectos restantes del plan protegen el interés de cada parte al *mantener las capacidades punitivas*. Los pasos conciliatorios iniciales implican un pequeño riesgo, pero no ponen en peligro la seguridad de ninguna de ambas partes; más bien, están calculados para empezar a llevar a ambas partes a reducir la tensión. Si una de las partes lleva a cabo alguna acción agresiva, la otra responde de manera equivalente, dejando en claro que no tolerará el abuso. Pero el acto recíproco no es una respuesta excesiva que vuelva a escalar el conflicto. Si el adversario ofrece sus propios actos de conciliación, estos también corresponden entre sí de manera equivalente o, incluso, se exceden un poco. Morton Deutsch (1993) capturó el espíritu de las GRIT al aconsejar a los negociadores a que fueran "firmes, justos y amistosos": *firmes* en su resistencia a la intimidación, abuso y trucos sucios; *justos* al sostener los propios principios morales y al no corresponder al comportamiento inmoral del otro a pesar de sus provocaciones; y *amistosos* en el sentido de que deben estar dispuestos a iniciar y corresponder a la cooperación".

¿En verdad funcionan las GRIT? En una prolongada serie de experimentos en la Universidad de Ohio, Svenn Lindskold y asociados (1976, 1986, 1988) encontraron "un apoyo considerable para los diferentes pasos en la propuesta GRIT". En juegos de laboratorio, anunciar las intenciones de cooperación *sí* aumenta esta. Los repetidos actos conciliatorios o generosos *sí* generan mayor confianza (Klapwijk y Van Lange, 2009; Shapiro, 2010). Mantener una igualdad de poderes *sí* protege en contra del abuso.

Lindskold no estaba tratando de afirmar que el mundo de los experimentos de laboratorio reflejaba el mundo más complejo de la vida cotidiana. Más bien, los experimentos nos permiten formular y verificar poderosos principios teóricos, como la norma de la reciprocidad y el sesgo en beneficio propio. Como señaló Lindskold (1981), "son las teorías, no los experimentos individuales, las que se utilizan para interpretar al mundo".

"No estoy sugiriendo que los principios del comportamiento individual puedan aplicarse al comportamiento de las naciones de una manera simplista y directa. Lo que estoy tratando de sugerir es que tales principios nos pueden ofrecer corazonadas relacionadas con el comportamiento internacional que pueden someterse a prueba contra la experiencia en la escena más general".

—Charles E. Osgood, *Our Crisis in Perspective,* 1966

Aplicaciones en el mundo real

En ocasiones, se han utilizado estrategias tipo GRIT fuera del laboratorio con resultados prometedores. Durante la crisis de Berlín a inicios de la década de 1960, los tanques estadounidenses y soviéticos se enfrentaron cañón a cañón. La crisis se desactivó cuando Estados Unidos retiró sus tanques paso a paso. A cada paso, los soviéticos hicieron lo mismo. De manera similar, en el decenio de 1970, las pequeñas concesiones entre Israel y Egipto (por ejemplo, que Israel permitiera que Egipto abriera el Canal de Suez y que Egipto permitiera que pasaran navíos dirigidos a Israel por el canal) ayudó a reducir las tensiones al punto que se volvió posible iniciar las negociaciones (Rubin, 1981).

Para muchos, el intento más significativo de utilizar las GRIT fue el así llamado experimento Kennedy (Etzioni, 1967). El 10 de junio de 1963, el presidente Kennedy ofreció un importante discurso, "Una estrategia para la paz". Señaló que, "nuestros problemas son creados por el hombre... y pueden resolverse por el hombre", para después anunciar su primer acto de conciliación: Estados Unidos interrumpiría todas sus pruebas nucleares atmosféricas y no las reanudaría a menos de que lo hiciera otro país. La totalidad del discurso de Kennedy se publicó en la prensa soviética. Cinco días después, el dirigente Khrushchov respondió a lo anterior, anunciando que había detenido la producción de bombarderos estratégicos. Pronto surgieron otros actos recíprocos: Estados Unidos acordó venderle trigo a la URSS y este país accedió a tener una línea de comunicación directa entre ambos países, con lo que pronto llegaron a un tratado de prohibición de pruebas nucleares. Por un momento, estas iniciativas de conciliación redujeron las tensiones entre ambas naciones.

¿Podrían los efectos de conciliación también ayudar a reducir las tensiones entre individuos? Existen todas las razones para esperar que así sucediera. Cuando una relación es tensa y carece de comunicación, hay veces que solo se necesita un gesto conciliador, una respuesta calmada, una

sonrisa cálida, una breve caricia, para que ambas partes empiecen a reducir las tensiones al grado en que vuelvan a posibilitarse el contacto, la cooperación y la comunicación.

EN RESUMEN: ¿Cómo puede lograrse la paz?

- Aunque los conflictos inician con facilidad y se ven alimentados por los dilemas sociales, la competencia y las percepciones erróneas, fuerzas igual de poderosas como el contacto, la cooperación, la comunicación y la conciliación pueden transformar la hostilidad en armonía. A pesar de algunos estudios iniciales alentadores, otros estudios muestran que el mero contacto (como la sola eliminación de la segregación en las escuelas) tiene poco efecto sobre las actitudes raciales. Pero cuando el contacto alienta los vínculos emocionales con individuos que se identifican con un exogrupo y cuando se estructura a fin de que exista un *estatus igualitario*, es frecuente que las hostilidades disminuyan.
- Los contactos son benéficos en especial cuando las personas trabajan de manera conjunta para sobreponerse a una amenaza común o para lograr una *meta superordinada*. Al seguir el ejemplo de los experimentos del contacto cooperativo, varios equipos de investigación han reemplazado las situaciones de aprendizaje competitivo en los salones de clases con oportunidades de aprendizaje cooperativo, con resultados alentadores.
- A menudo, las partes en conflicto tienen dificultades para comunicarse. Un tercero *mediador* puede promover la comunicación instando a los antagonistas a reemplazar sus puntos de vista competitivos de ganar-perder con una orientación más cooperativa en la que todos salen ganando, lo que puede conducir a un *acuerdo integrador*. Los mediadores también pueden estructurar comunicaciones que en forma gradual eliminen las percepciones erróneas y aumenten la comprensión y la confianza mutuas. Cuando no se puede llegar a un acuerdo negociado, es posible que las partes en conflicto tengan que recurrir al *arbitraje*, donde un tercero determinará un acuerdo o seleccionará una de las dos ofertas finales.
- En ocasiones, las tensiones alcanzan tal grado que la comunicación genuina se vuelve imposible. En tales casos, los pequeños gestos de conciliación de una de las partes pueden evocar actos recíprocos de conciliación de la otra. Una estrategia de conciliación de este tipo, las iniciativas graduales y recíprocas de reducción de la tensión (*GRIT*), intentan aliviar las situaciones de tensión internacional. Aquellos que median los tensos conflictos internacionales y obrero-patronales en ocasiones utilizan otra estrategia de pacificación. Instruyen a los participantes, de la misma manera que este capítulo lo instruyó a usted, en las dinámicas del conflicto y la pacificación con la esperanza de que la comprensión pueda ayudar a los anteriores adversarios a establecer y disfrutar de relaciones pacíficas y gratificantes.

POSDATA: El conflicto entre los derechos individuales y colectivos

"Esta es la era del individuo".

—Presidente Ronald Reagan, discurso en Wall Street, 1982

Muchos conflictos sociales son una competencia entre los derechos individuales y colectivos. El derecho de una persona a fumar entra en conflicto con el derecho de otra de vivir en un ambiente libre de humo. El derecho de un industrialista a llevar a cabo sus negocios sin reglamentación alguna entra en conflicto con el derecho que tiene la comunidad al aire limpio. El derecho de una persona a poseer un arma de fuego entra en conflicto con el derecho a escuelas seguras de la comunidad.

Con la esperanza de combinar los mejores valores individuales y colectivos, algunos científicos sociales han planteado una síntesis *comunitaria* que tiene por fin equilibrar los derechos individuales con el derecho colectivo al bienestar comunal. El comunitarismo acoge los incentivos provenientes de la iniciativa individual y aprecia la razón por la que se han venido abajo las economías marxistas. "Si me encontrara, digamos, en Albania en este momento —indicó el sociólogo comunitarista Amitai Etzioni (1991)—, tal vez argumentaría que hay demasiada comunidad y no los suficientes derechos individuales". Pero los comunitarios también cuestionan el extremo contrario, el individualismo a ultranza y la autocomplacencia de la década de 1960 ("haz tu propia onda"), de 1970 (la "década de yo"), de 1980 ("la avaricia es buena"), de 1990 ("sigue tu felicidad"), del

nuevo siglo ("un ejército de uno) y del 2010 ("No transijas jamás"). La libertad personal irrestricta, afirman, destruye el tejido social de la cultura; y la libertad comercial no reglamentada, añaden, ha saqueado nuestro ambiente compartido.

A lo largo del último medio siglo, el individualismo occidental se ha intensificado. Los padres se han vuelto más propensos a valorar la independencia y autosuficiencia de sus hijos y a preocuparse menos por la obediencia (Alwin, 1990; Remley, 1988; Park et al., 2014). Es más frecuente que los niños tengan nombres inusuales (Twenge et al., 2010). Los estilos de la moda y el arreglo personal se han vuelto más diversos, las libertades personales han aumentado y los valores comunes han disminuido (Putnam, 2000; Schlesinger, 1991).

El comunitarismo no aboga por un viaje nostálgico; por un retorno, por ejemplo, a los roles de género más restrictivos y desiguales del decenio de 1950. Más bien, propone un terreno intermedio entre el individualismo de Occidente y el colectivismo del Este, entre la independencia machista asociada de modo tradicional con los varones y el lazo afectuoso tradicionalmente asociado con las mujeres, entre las preocupaciones por los derechos individuales y el bienestar comunal, entre libertad y fraternidad, entre pensar en mí y pensar en nosotros.

Como en el caso de las inspecciones del equipaje en los aeropuertos, las prohibiciones del tabaquismo en los aviones y los puntos de verificación de alcoholemia y límites de velocidad en las calles, las sociedades aceptan ciertos ajustes a los derechos individuales a fin de proteger el bien común. De manera similar, las limitaciones ambientales a las libertades individuales (emitir gases de invernadero, cazar ballenas, deforestar) intercambian algunas libertades a corto plazo por beneficios comunitarios a largo plazo. Algunos individualistas advierten que estas limitaciones a las libertades individuales pueden empujarnos por la pendiente resbaladiza que conduzca a la pérdida de libertades más importantes (si el día de hoy permitimos que revisen nuestro equipaje, el día de mañana estarán derribando las puertas de nuestras casas. Si el día de hoy censuramos los anuncios de cigarros y la pornografía en televisión, el día de mañana empezarán a eliminar libros de los estantes de las bibliotecas. Si el día de hoy prohibimos los rifles de asalto, el día de mañana nos quitarán nuestros rifles de caza). ¿Al proteger los intereses de la mayoría nos arriesgamos a limitar los derechos básicos de las minorías? El comunitarismo responde que si no equilibramos la preocupación por los derechos individuales con la preocupación por nuestro bienestar colectivo, nos arriesgamos a peores disturbios masivos que, a su vez, *sí* llevarán a llamados a favor de represalias autocráticas.

Por lo menos, esto es seguro: a medida que continúa el conflicto entre los derechos individuales y colectivos, los estudios transculturales y de género puede iluminar los valores culturales alternativos y hacer visibles nuestros propios valores supuestos.

Psicología social en la práctica clínica

CAPÍTULO 14

©wavebreakmedia/Shutterstock

¿Qué influye la precisión de los juicios clínicos?

¿Qué procesos cognitivos acompañan los problemas conductuales?

¿Cuáles son algunos de los enfoques psicosociales del tratamiento?

¿Cómo apoyan las relaciones sociales a la salud y el bienestar?

Posdata: Aumentar la felicidad

"La vida no consiste principalmente, ni siquiera en gran medida, en hechos y sucesos, sino, sobre todo, en la tormenta de pensamientos que inundan de manera constante la propia mente".

—Mark Twain, *Autobiografía,* 1924

A lo largo de este libro hemos asociado el laboratorio con la vida relacionando los principios y descubrimientos de la psicología social con los acontecimientos cotidianos. En los siguientes capítulos recordaremos muchos de estos principios y los aplicaremos a contextos prácticos. "Psicología social en la práctica clínica" aplica la psicología social a la evaluación y promoción de la salud física y mental. "Psicología social en los tribunales" explora el pensamiento de los jurados y de sus miembros, así como las influencias sociales que los afectan. "Psicología social y el futuro sustentable" explora la manera en que los principios de la psicología social podrían ayudar a evitar la crisis ecológica que amenaza con devorarnos como resultado del aumento en la población, el consumo y el cambio climático.

Si usted es un estudiante universitario típico, en ocasiones se sentirá un poco deprimido. Quizás a veces se haya sentido insatisfecho con la vida, desalentado acerca del futuro, triste, carente de apetito y energía, incapaz de concentrarse, y tal vez incluso se pregunte si la vida vale la pena. Es posible que sus calificaciones decepcionantes pongan en riesgo sus metas profesionales. Tal vez el rompimiento de una relación le haya provocado desconsuelo. En tales ocasiones, es posible que caiga en una melancolía en la que concentre toda su atención en sí mismo y que solo empeore sus sentimientos. En una encuesta con universitarios estadounidenses, 41% informó que en algún momento durante el último año escolar se sintieron "tan deprimidos que les fue imposible funcionar" (ACHA, 2017) y, en otra, 41% dijo que "se sintió abrumado por todo lo que tenía que hacer" (Eagan et al., 2017). Estos porcentajes son notablemente más altos que en 2010, lo cual sugiere que más estudiantes universitarios experimentan ansiedad y depresión (Twenge, 2017). Para 13% de los adultos varones y 22% de las mujeres en Estados Unidos, las épocas de tristeza en la vida no se refieren solo a estados de ánimo melancólicos en respuesta a sucesos negativos; más bien, definen un episodio depresivo mayor que dura por semanas sin ninguna causa obvia y que, por ende, reciben un diagnóstico de depresión (Pelham, 2009).

Entre las muchas áreas florecientes de la psicología social aplicada se encuentra una que relaciona los conceptos de la psicología social con la depresión; con otros problemas, como la soledad, la ansiedad y la enfermedad física; y con la felicidad y el bienestar. Esta investigación que establece puentes entre la psicología social y la **psicología clínica** busca respuestas para cuatro importantes preguntas:

psicología clínica
El estudio, evaluación y tratamiento de personas con dificultades psicológicas.

- Como legos o psicólogos profesionales, ¿de qué modo podemos mejorar nuestros juicios y predicciones acerca de los demás?
- ¿Cómo es que las formas en que pensamos acerca de nosotros y los demás alimentan problemas como la depresión, la soledad, la ansiedad y la mala salud?
- ¿Cómo podría revertir la gente estos patrones de inadaptación del pensamiento?
- ¿Qué papel representan las relaciones estrechas y de apoyo en la salud y la felicidad?

¿QUÉ INFLUYE EN LA PRECISIÓN DE LOS JUICIOS CLÍNICOS?

Identifique las influencias en el juicio social que afectan los juicios de los profesionales de la salud acerca de sus pacientes. Describa los sesgos de los que deberían precaverse los profesionales de la salud y sus pacientes.

Una comisión de libertad condicional entrevista a un violador convicto y se pregunta si deberían liberarlo. Un psicólogo clínico valora si su paciente presenta una ideación suicida grave. Un médico se percata de los síntomas de su paciente y piensa si debe recomendar una prueba invasiva. Un trabajador social se pregunta si la amenaza que escuchó un niño es una broma machista, un arrebato que solo ocurrirá una vez o una señal que indica que hay un posible asesino en la escuela.

Todos estos profesionales deben decidir si emiten sus juicios de manera subjetiva u objetiva. ¿Deberían atender a sus instintos subjetivos, sus corazonadas, sus propios conocimientos? ¿O deberían basarse en los conocimientos objetivos inscritos dentro de fórmulas, análisis estadísticos y predicciones computarizadas?

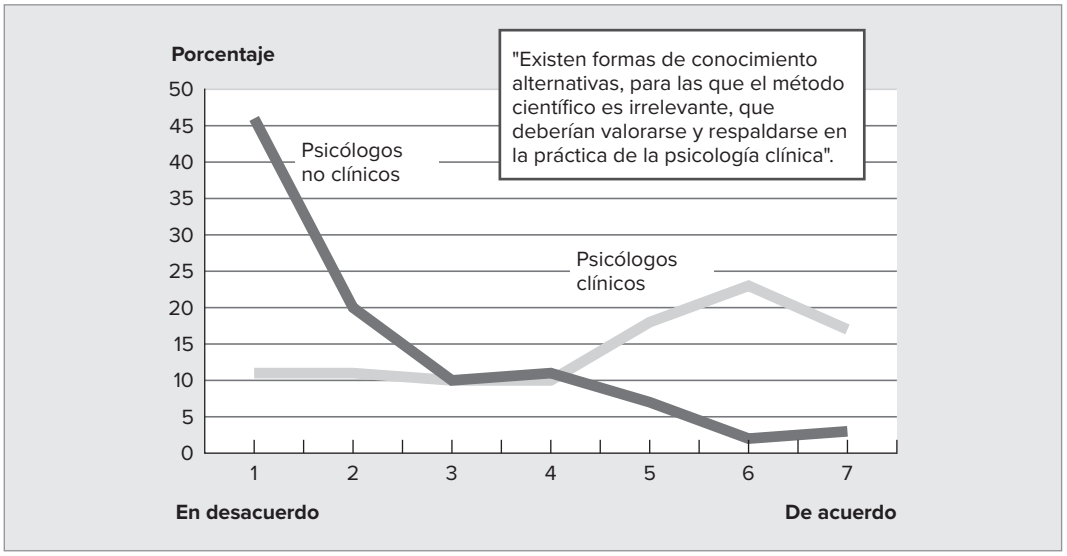


FIGURA 14.1

Intuición clínica

Cuando Narina Nunez, Debra Ann Pool y Amina Memon (2003) encuestaron a una muestra nacional de psicólogos clínicos y no clínicos, descubrieron "dos culturas": una sobre todo escéptica de las "formas de conocimiento alternativas" y otra que mayormente las acepta. *Fuente:* de Nunez, Poole y Memon, 2003.

En la competencia entre el corazón y la cabeza, la mayoría de los psicólogos clínicos prefieren su corazón. Escuchan los susurros de su experiencia, a esa vocecita interna que les indica una pista. Prefieren no dejar que los fríos cálculos determinen el futuro de los cálidos seres humanos. Como indica la **figura 14.1**, tienen muchas más probabilidades que los psicólogos no clínicos (y más orientados a la investigación) de aceptar "formas de conocimiento" no científicas. Los sentimientos superan las fórmulas.

Los juicios clínicos también son juicios *sociales*, señaló el connotado psicólogo social-clínico James Maddux (2008). Indica que la construcción social de la enfermedad mental funciona así: alguien observa un patrón de pensamiento y acción atípico o indeseable. Un grupo poderoso observa la conveniencia y la utilidad de diagnosticar y tratar este problema y, en consecuencia, le asigna un nombre. La noticia de la "enfermedad" se difunde y la gente empieza a verla en sí misma o en sus familiares. Y así es como nacieron el trastorno dismórfico corporal (para aquellos que se preocupan por un defecto en la apariencia), el trastorno oposicionista desafiante (para niños pequeños que hacen berrinches), el trastorno del deseo sexual hipoactivo (para aquellos que no quieren tener relaciones sexuales con la suficiente frecuencia) o el trastorno orgásmico (para quienes casi nunca tienen orgasmos o los tienen muy pronto). "La ciencia médica no se devalúa al reconocer que los conceptos de *salud* y *enfermedad* son constructos sociales —destacó Maddux—, como tampoco la ciencia de la economía se deprecia por reconocer que los conceptos de *pobreza* y *riqueza* son constructos sociales".

Como fenómenos sociales, los juicios clínicos son vulnerables a las correlaciones ilusorias, la confianza excesiva engendrada por los juicios *a posteriori* y los diagnósticos confirmados por sí mismos (Garb, 2005; Maddux, 1993). Por ejemplo, en una encuesta con 129 clínicos practicantes, la mayoría creían que su desempeño estaba en el percentil 80 y ninguno creía que estuviera por debajo del percentil 50, lo cual es un ejemplo clásico de conceptos de la psicología social como el de sesgo de exceso de confianza y en beneficio propio (Walfish et al., 2012). Veamos por qué alertar a los profesionales de la salud mental sobre la manera en que la gente se forma impresiones correctas (y equivocadas) podría ayudar a evitar los errores graves de juicio (McFall, 1991, 2000).

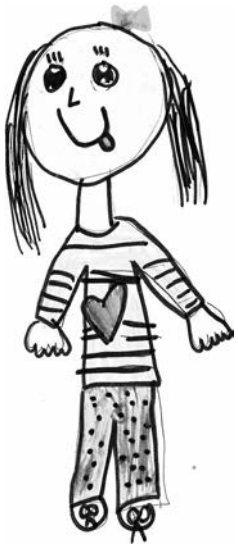
"Librar a un hombre de un error es darle algo, no quitárselo. El conocimiento de que una cosa es falsa es una verdad".

—Arthur Schopenhauer, *Sobre lógica y dialéctica,* 1851

CORRELACIONES ILUSORIAS

Resulta tentador observar correlaciones ilusorias cuando no existen. Si esperamos que dos cosas se asocien, por ejemplo, cuando creemos que las premoniciones predicen sucesos, es fácil percibir correlaciones ilusorias. Incluso al mostrársenos datos aleatorios, es posible que notemos y recordemos ocasiones en que las premoniciones y los sucesos se relacionan por coincidencia y que olvidemos todos los casos en que las premoniciones no se confirman y cuando los sucesos ocurren sin una premonición anterior.

Como todos nosotros, es posible que los clínicos perciban correlaciones ilusorias. Imagine que Mary, una psicoterapeuta, espera que las personas con trastornos sexuales den ciertas respuestas



¿Qué dice este dibujo de una figura humana acerca del niño que la trazó? Según la investigación, no mucho.
Cortesía de Elizabeth Louden

a la prueba de manchas de tinta de Rorschach. Al pensar en su propia experiencia con sus pacientes, podría creer que ha sido testigo de tal asociación, pero podría ser que haya olvidado las veces en que no se ajustó a sus expectativas.

Para descubrir cuándo tal percepción es una correlación ilusoria, la ciencia psicológica ofrece un método simple: pedir a un clínico que aplique e interprete la prueba, y pedir a otro que evalúe los rasgos o síntomas de la misma persona. Repita este proceso con muchas personas. ¿Los resultados de la prueba se correlacionaron de hecho con los síntomas reportados? Por supuesto que, algunas pruebas son predictivas; otras, como las manchas de tinta de Rorschach y la prueba del dibujo de la figura humana, tienen correlaciones bastante más débiles que las que suponen sus usuarios (Lilienfield et al., 2000, 2005).

Entonces, ¿por qué los psicólogos clínicos siguen expresando confianza en pruebas poco informativas o ambiguas? Los experimentos pioneros de Loren Chapman y Jean Chapman (1969, 1971) nos ayudaron a ver el porqué. Invitaron a estudiantes universitarios y a clínicos profesionales a estudiar algunos desempeños y diagnósticos de pruebas. Si los estudiantes o los profesionales *esperaban* una asociación particular, en general la *percibían*. Por ejemplo, los psicólogos clínicos que creían que solo las personas suspicaces dibujan ojos peculiares en la prueba del dibujo de la figura humana, percibían esa relación: aunque se les mostraran casos en los que las personas suspicaces dibujaban ojos peculiares con menos frecuencia que las personas no suspicaces. Si creían en una relación, tenían mayor probabilidad de notar los casos de confirmación.

Con toda justicia para los psicólogos clínicos, el pensamiento ilusorio también ocurre entre analistas políticos, historiadores, comentaristas deportivos, directores de personal, corredores de bolsa y muchos otros profesionales, incluyendo los psicólogos dedicados a la investigación. Como investigadores, a menudo no hemos tenido conciencia de los defectos de nuestros análisis teóricos. Estamos tan dispuestos a suponer que nuestra idea de la verdad es *la* verdad, que, sin importar cuánto nos esforcemos, no podemos ver nuestros propios errores. Los autores hemos leído docenas de revisiones de nuestros propios manuscritos y hemos sido revisores de docenas de trabajos de otros. Nuestra experiencia es que es mucho más fácil descubrir los errores de razonamiento de alguien más que percibir los propios.

"Nadie puede ver sus propios errores".
—Salmo 19:12

RETROSPECTIVA Y EXCESO DE CONFIANZA

Si alguien que conocemos se suicida, ¿cómo reaccionamos? Una reacción común es pensar que nosotros, o aquellos cercanos a la persona, deberíamos haber sido capaces de predecir y, por ende, de prevenir el suicidio: "¡Debimos haberlo sabido!" En retrospectiva, podemos ver las señales suicidas y los ruegos por ayuda. Un experimento dio a los participantes una descripción de una persona depresiva. A algunos de los participantes se les dijo que luego la persona se había suicidado, mientras que a otros no se les dijo esto. En comparación con aquellos a quienes no se informó del suicidio, los que sí recibieron esta información mostraron una mayor probabilidad de decir que "era de esperarse" (Goggin y Range, 1985). Es más, su opinión sobre la familia de la víctima fue más negativa. Después de una tragedia, el fenómeno de "debería haberme dado cuenta" puede provocar sentimientos de culpa en familiares, amigos y terapeutas.

David Rosenhan (1973) y siete colaboradores proporcionaron un notable ejemplo de las explicaciones retrospectivas propensas a errores. Para probar los discernimientos clínicos de profesionales de salud mental, cada uno de ellos hizo una cita en la recepción de diferentes hospitales psiquiátricos y se quejaron de "oír voces". Aparte de dar nombres y profesiones falsas, fueron totalmente sinceros en el informe de sus historias de vida y estados emocionales, y no exhibieron síntomas adicionales. A la mayoría se les diagnosticó esquizofrenia y los hospitalizaron de dos a tres semanas. Después, los clínicos del hospital buscaron incidentes tempranos en las historias vitales de los pseudopacientes y en sus comportamientos en el hospital que "confirmaron" y "explicaron" el diagnóstico. Rosenhan habla de un pseudopaciente que le explicó verazmente al entrevistador que tuvo una relación estrecha con su madre durante la infancia, pero que estaba bastante alejado de su padre. Sin embargo, durante la adolescencia y con posterioridad, su padre se volvió su amigo cercano, mientras que su relación con su madre se enfrió. Su relación actual con su esposa era característicamente cercana y amorosa. Aparte de discusiones ocasionales, las fricciones eran mínimas. Rara vez había dado nalgadas a sus hijos.

El entrevistador, que "sabía" que la persona sufría esquizofrenia, explicó el problema de este modo:

Este varón blanco de 39 años... manifiesta antecedentes lejanos de considerable ambivalencia en sus relaciones cercanas, que comenzó en la temprana infancia. Una relación afectuosa con su madre se enfrió durante su adolescencia. La relación distante con su padre se describe como más intensa con el transcurso del tiempo. Presenta ausencia de estabilidad afectiva. Sus intentos por controlar sus emociones con su esposa e hijos se interrumpen por arrebatos de enojo y, en el caso de los niños, por nalgadas. Aunque indica que tiene varios buenos amigos, también se percibe una considerable ambivalencia en esas relaciones.

Después, Rosenhan les dijo a algunos miembros del personal (que estaban enterados de su polémico experimento, pero dudaban de que tales errores pudieran ocurrir en su hospital) que durante los siguientes tres meses, uno o más pseudopacientes buscarían internarse en su hospital. Luego de los tres meses, pidió al personal que supusiera cuál de los 193 pacientes internados durante ese tiempo era realmente pseudopaciente. De los 193 ingresos, 41 fueron considerados como pseudopacientes por al menos uno de los miembros del personal. En realidad ninguno lo era.

Retrospectiva 20/20. *Después* de los tiroteos escolares, la gente mira hacia el pasado y encuentra señales de la inminente violencia: el uso de drogas, el fácil acceso a las armas, el aislamiento social, el mal carácter. Antes del derramamiento de sangre, como cuando a Adam Lanza le faltaban algunos años para matar a 20 niños y seis adultos en una escuela en Connecticut, es casi imposible distinguir al joven que será violento de las hordas de adolescentes problemáticos semejantes.
©Kateleen Foy/Getty Images

DIAGNÓSTICOS CONFIRMATORIOS

Hasta el momento hemos visto que, a veces, los profesionales clínicos de la salud mental perciben correlaciones ilusorias y que las explicaciones a posteriori pueden ser erróneas. Un tercer problema probable con el juicio clínico es que es posible que los pacientes provean información que satisfaga las expectativas de los clínicos. Para tener una idea de cómo se podría someter a prueba experimental ese fenómeno, imagínese en una cita a ciegas con alguien a quien se le ha dicho que usted es una persona desinhibida y extravertida. Para ver si esto es cierto, su acompañante introduce en la conversación una serie de preguntas como "¿alguna vez has hecho alguna cosa extravagante frente a otras personas?". A medida que responde, ¿revelará ser una persona diferente si su acompañante pensara que usted es tímido y reservado?

En una inteligente serie de experimentos, Mark Snyder (1984), en colaboración con William Swann y otros, proporcionó a los estudiantes de la Universidad de Minnesota algunas hipótesis que debían someter a prueba en referencia a los rasgos de los individuos. Su hallazgo fue que con frecuencia las personas examinan un rasgo buscando información que lo confirme. Como en el ejemplo de la cita a ciegas, si las personas intentan averiguar si alguien es extravertido, a menudo solicitan ejemplos de extraversión ("¿qué harías si quisieras animar una fiesta?"). Al explorar la introversión, es más probable que pregunten "¿qué factores dificultan que puedas abrirte realmente con los demás?". En respuesta, aquellos en los que se sondeó la extraversión *parecen* más sociales y aquellos en los que se sondeó la introversión parecen más tímidos. Nuestras suposiciones sobre la otra persona ayudan a provocar el comportamiento que esperamos.

En la Universidad de Indiana, Russell Fazio y sus colaboradores (1981) descubrieron que las personas a las que se les hicieron preguntas sobre "extraversión" no solo parecieron más extravertidas para sus compañeros de conversación, sino que también empezaron a considerarse a sí mismos como más extravertidos que aquellos a los que se les hicieron preguntas sobre introversión. Incluso después de terminar la conversación, un cómplice del experimentador pudo suponer en 70% de las ocasiones la condición a las que se les había asignado.

"Según tu tipo de mente, así es tu tipo de búsqueda. Encontrarás aquello que deseas".

—Robert Browning, "La Nochebuena y la Pascua", 1850

En vista de tales experimentos, ¿puede ver por qué el sesgo de confirmación puede llevar a diagnósticos incorrectos, y las conductas de la gente que se somete a psicoterapia llegar a ajustarse a las teorías de sus terapeutas (Mendel et al., 2011; Whitman et al., 1963)? Cuando Harold Renaud y Floyd Estess (1961) realizaron entrevistas de historia de vida a 100 varones adultos, sanos y exitosos, se asombraron al descubrir que las experiencias infantiles de sus sujetos estaban llenas de "sucesos traumáticos", relaciones tensas con ciertas personas y malas decisiones de sus padres: los mismos factores que por lo general se utilizan para explicar los problemas psiquiátricos. Si los terapeutas hurgan en búsqueda de traumas en las primeras experiencias infantiles, con frecuencia las encontrarán.

INTUICIÓN CLÍNICA FRENTE A PREDICCIÓN ESTADÍSTICA

En vista de estas tendencias retrospectivas y confirmatorias de los diagnósticos, la mayoría de los clínicos y entrevistadores expresan mayor confianza en sus evaluaciones intuitivas que en los datos estadísticos (como el uso de datos anteriores sobre calificaciones y puntuaciones de aptitud para pronosticar el éxito en estudios de posgrado o profesionales). Sin embargo, cuando los investigadores comparan la predicción estadística con la predicción intuitiva, en general las estadísticas ganan. Las predicciones estadísticas son en realidad poco confiables. Pero la intuición humana, incluso de expertos, es incluso menos confiable (Faust y Ziskin, 1988; Meehl, 1954; Swets et al., 2000). En un metaanálisis de 36 estudios sobre juicios de profesionales clínicos, solo hubo una leve correlación entre la confianza que tenían en sus juicios y la precisión de estos (Miller et al., 2015).

Tres décadas después de demostrar la superioridad de la predicción estadística sobre la intuitiva, Paul Meehl (1986) encontró que la evidencia era más fuerte que nunca:

> No existe controversia en ciencias sociales que muestre [tantos] estudios que vayan uniformemente en la misma dirección que este [...] Cuando pones por delante 90 investigaciones que predicen de todo, desde el resultado de juegos de fútbol hasta diagnósticos de enfermedad hepática, y cuando apenas puedes encontrar media docena de estudios que muestren aunque sea una débil tendencia a favor de los clínicos, es momento de llegar a una conclusión práctica.

"Un joven muy sobresaliente que con probabilidad tenga éxito en la vida. Tiene la suficiente inteligencia como para alcanzar metas elevadas mientras se mantenga enfocado en su deber y siga motivado".

—Intuición clínica del oficial de libertad condicional en respuesta a los "Pensamientos homicidas" de Eric Harris, dos meses y medio antes de que cometiera la matanza en la Columbine High School.

Un equipo de investigación de la Universidad de Minnesota llevó a cabo un metaanálisis de 134 estudios en los que los profesionales intentaron pronosticar el comportamiento humano o emitir diagnósticos psicológicos o médicos (Grove et al., 2000). En solo ocho de los estudios la predicción clínica superó la predicción "mecánica" (estadística). En ocho ocasiones más (63 estudios), la predicción estadística fue superior (el resto quedó casi a la par). Ah, pero ¿los clínicos tendrían resultados diferentes si se les diera oportunidad de hacer una entrevista de primera mano? Sí, informaron los investigadores: al permitir las entrevistas, los clínicos tuvieron un desempeño significativamente *peor*. "Es justo decir que ahora 'el balón está en la cancha de los clínicos' —concluyeron los investigadores—. En vista del déficit general en la precisión de los clínicos en comparación con la predicción mecánica, la prueba recae ahora en manos de los defensores de la predicción clínica, quienes han de mostrar que las predicciones de los clínicos son más [precisas o rentables]".

Daniel Kahneman (2011, p. 223) señala que ahora contamos con unos 200 estudios que comparan la predicción clínica y la estadística, la mayoría de los cuales favorecen a esta última, en tanto que en el resto llega a un empate. Estos incluyen esfuerzos por pronosticar:

- *resultados médicos*: longevidad de pacientes con cáncer, estancias hospitalarias, diagnósticos cardiacos, susceptibilidad de los bebés al síndrome de muerte súbita del lactante,
- *resultados económicos*: éxito de nuevos negocios, riesgos crediticios, satisfacción profesional,
- *resultados de instancias gubernamentales*: evaluaciones de padres sustitutos, reincidencia de delincuentes juveniles, conducta violenta, y
- *otros resultados diversos*: ganadores en el fútbol americano, precios del vino de Burdeos.

¿Qué pasaría si combináramos la predicción estadística con la intuición clínica? ¿Si les diéramos a los clínicos profesionales la predicción estadística del desempeño académico futuro de una persona o su riesgo de violar la libertad condicional o de suicidarse, y les pidiéramos que refinaran o mejoraran la predicción? Lamentablemente, en los pocos estudios donde esto se ha hecho, la predicción fue mejor si se ignoraban las "mejorías" (Dawes, 1994).

Entonces, ¿por qué tantos clínicos siguen interpretando la prueba de manchas de tinta de Rorschach y ofrecen predicciones intuitivas sobre individuos en libertad bajo palabra, riesgos de suicidio y probabilidad de abuso infantil? En parte por mera ignorancia, señala Meehl, pero también en parte por "concepciones equívocas de la ética".

> Si intento pronosticar algo importante sobre un estudiante universitario, o un delincuente o un paciente depresivo a través de medios ineficientes en lugar de eficientes, y al mismo tiempo, le cobro al individuo o al contribuyente 10 veces más de lo que necesitaría para alcanzar una mayor precisión predictiva, esa no es una práctica ética razonable. El hecho de que a mí, como emisor de la predicción, me parezca mejor, más afectuoso y tierno es una excusa bastante mezquina.

"El efecto del trabajo de Meehl en la práctica clínica dentro del área de salud mental puede resumirse en una sola palabra: nulo. Recibió honores, se le eligió como presidente [de la American Psychological Association] a muy temprana edad, en 1962, recientemente se le eligió para la National Academy of Sciences, y se le ignoró.

—Robyn M. Dawes, carta de renuncia a la American Psychological Association, 1989.

Tales palabras son impactantes. ¿Meehl (quien no descartó por completo la destreza clínica) subestimó las intuiciones de los expertos? Para ver por qué sus hallazgos son aparentemente válidos, considere la evaluación de potencial humano de los entrevistadores para admisiones en

posgrado. Dawes (1976) explicó por qué es tan frecuente que la predicción estadística sea superior a la intuición de un entrevistador cuando se predicen ciertos resultados, como el éxito en la escuela de posgrado:

> ¿Qué nos hace pensar que podemos hacer un mejor trabajo de selección entrevistando (a los estudiantes) durante media hora de lo que lograríamos sumando las variables relevantes (estandarizadas), como el promedio general de calificaciones (GPA) en pregrado, la puntuación del examen de ingreso a posgrado (GRE) y, quizá, las valoraciones de las cartas de recomendación? La explicación que me parece más razonable reside en la sobrevaluación de nuestra capacidad cognitiva. Y en realidad es arrogancia cognitiva. Consideremos, por ejemplo, qué constituye un GPA. Debido a que para la mayoría de los solicitantes de ingreso a posgrado, este promedio se basa en cuando menos tres y medio años de estudios de pregrado, es una medida combinada que proviene de un mínimo de 28 cursos y, quizás con la popularidad del sistema de trimestres, de hasta 50 cursos... Sin embargo, se supone que usted y yo, al mirar un expediente o entrevistar a alguien durante media hora, somos capaces de formarnos una mejor impresión que aquella basada en tres y medio años de evaluaciones acumulativas de 20 a 40 profesores... Finalmente, si deseamos ignorar el GPA, en apariencia la única razón para hacerlo es porque creemos que el candidato es en particular brillante, aunque su récord quizá no lo muestre. ¿Qué mejor evidencia podemos tener de esa brillantez que una puntuación en una prueba cuidadosamente diseñada para medir aptitudes? ¿En realidad creemos que estamos mejor equipados para evaluar tal aptitud que el Educational Testing Service (Servicio de Evaluación Educativa), a pesar de sus defectos?

Muchos estudios indican que la psicoterapia es eficaz (Duncan y Reese, 2013). Sin embargo, para pronosticar el comportamiento, las técnicas estadísticas superan a la intuición clínica.
©Wavebreak Media Ltd /123RF

Enfoque

La perspectiva de un médico: la psicología social de la medicina

Leer este texto me ayudó a comprender los comportamientos humanos que observo en mi labor como especialista en cáncer y como director médico de un amplio grupo de médicos. Estos son unos cuantos ejemplos:

Las reseñas en los expedientes médicos ilustran el "fenómeno de siempre lo supe". Los revisores médicos que evalúan los expedientes médicos de sus colegas a menudo creen, en retrospectiva, que los problemas como el cáncer o la apendicitis deberían haberse reconocido claramente y tratado con mucha más prontitud. Una vez que conoces el diagnóstico correcto, es fácil mirar atrás e interpretar en consonancia los primeros síntomas.

Para muchos médicos que conozco, los motivos intrínsecos detrás de su ingreso a la profesión, ayudar a la gente, estimular su razonamiento científico, pronto se "sobrejustifican" por el elevado salario. Antes de pasar mucho tiempo, el gozo se pierde. La recompensa extrínseca se vuelve la razón para ejercer y el médico, después de perder los motivos altruistas, se esfuerza por aumentar el éxito, medido por el ingreso.

El sesgo en beneficio propio es omnipresente. Los médicos asumimos con gran gusto el crédito personal cuando las cosas salen bien. Pero cuando no es así, cuando se diagnosticó de manera errónea al paciente, no mejora o muere, atribuimos el fracaso a otra causa. Se nos dio información inadecuada o el caso estaba condenado desde el principio.

También observo muchos ejemplos de perseverancia de la creencia. Aunque se les presenten hechos documentados sobre, digamos, cómo se transmite el sida, extrañamente las personas siguen persistiendo en creer de manera incorrecta que solo es una enfermedad de los gays o que se podrían contagiar por la picadura de un mosquito. Eso me hace preguntarme: ¿cómo podemos persuadir de manera más eficiente a la gente de aquello que necesitan saber y en lo que necesitan actuar?

De hecho, a medida que observo las actitudes y toma de decisiones en medicina, me siento sumergido en un enorme laboratorio práctico de psicología social. Para entender lo que sucede alrededor, los discernimientos de la psicología social me resultan invaluables y aconsejaría firmemente que los estudiantes de propedéuticos de medicina estudiaran ese campo.

Burton F. VanderLaan
Grand Rapids, Michigan
Cortesía del Dr. Burton F. VanderLaan

Cuando evalúan a sus pacientes, los profesionales de salud mental, como todos nosotros, son vulnerables a las ilusiones cognitivas
©wavebreakmedia/ Shutterstock

"'Ruego a sus mercedes por las entrañas de Cristo: piensen que podéis estar equivocados'. Quisiera que eso estuviera escrito sobre los portales de toda iglesia, toda escuela y todo tribunal y, podría añadir, de todo cuerpo legislativo en Estados Unidos"

—Juez Learned Hand, *Morals in Public Life*, 1951, que retoma el texto de Plea to the Church of Scotland, de Oliverio Cromwell, 1650.

La conclusión, argumentó Dawes (2005) después de tres décadas de insistir en ese punto, es que, al carecer de evidencia, el uso de la intuición clínica en lugar de la predicción estadística "es simplemente antiético".

Sin embargo, los psicólogos pueden ofrecer predicciones útiles basadas en estudios que examinan comportamientos pasados específicos. Así ocurrió cuando los psicólogos Melissa Dannelet y Carl Redick evaluaron a Maurice Clemmons, quien estaba en una cárcel de Tacoma, Washington, acusado de violación y agresión. Basados en parte en "la violencia previa, temprana edad cuando se presentó el primer incidente violento, inestabilidad en las relaciones y antecedentes de deficiencias en la supervisión", Dannelet y Reck predijeron que Clemmons estaba en "riesgo de cometer actos criminales futuros que pondrían en riesgo la protección y seguridad pública debido a comportamientos ilícitos anteriores" (AP, 2009; Logan, 2016). Seis semanas después, luego de que se liberó bajo fianza, Clemmons se acercó a cuatro oficiales de policía que trabajaban en sus laptops en una cafetería, y les disparó y mató.

IMPLICACIONES PARA UNA MEJOR PRÁCTICA CLÍNICA

Los clínicos profesionales son humanos: son "vulnerables a errores y sesgos engañosos", concluyó James Maddux (1993). Como hemos visto,

- con frecuencia son víctimas de la correlación ilusoria,
- se convencen con demasiada rapidez de sus propios análisis *a posteriori*,
- no tienen conciencia de que los diagnósticos erróneos pueden confirmarse por sí mismos,
- están en probabilidad de sobreestimar su intuición clínica.

Las implicaciones para los profesionales de la salud mental se pueden expresar con facilidad: tomen en cuenta que la coincidencia verbal de los pacientes con aquello que ustedes dicen no prueba su validez. Cuídense de la tendencia a ver relaciones que esperan observar o que no se sustentan con los ejemplos llamativos fácilmente disponibles en su memoria. Dependan de sus anotaciones más que de su memoria. Recuerden que la retrospectiva es seductora: puede llevarlos a confiar en exceso, y a veces a juzgarse a sí mismos con demasiada dureza, por no haber previsto los resultados. Protéjanse de la tendencia de hacer preguntas que supongan que sus preconcepciones son correctas; consideren también las ideas contrarias y sométanlas a prueba (Garb, 1994).

EN RESUMEN: ¿Qué influye en la precisión de los juicios clínicos?

- A medida que los psiquiatras y *psicólogos clínicos* diagnostican y tratan a sus pacientes, es posible que perciban correlaciones ilusorias.
- Las explicaciones retrospectivas de las dificultades de las personas a veces son demasiado fáciles. De hecho, las explicaciones *a posteriori* pueden engendrar un exceso de confianza en los juicios clínicos.
- En la interacción con los pacientes, a veces los diagnósticos erróneos se confirman por sí mismos porque los entrevistadores tienden a buscar y recordar información que verifica lo que están buscando.
- La investigación acerca de los errores que se deslizan con tanta facilidad dentro de los juicios intuitivos ilustra la necesidad de pruebas rigurosas de las conclusiones intuitivas y del uso de estadísticas para hacer predicciones.
- El método científico no puede responder todas las preguntas y por sí mismo, es vulnerable al sesgo. Sin embargo, por fortuna puede ayudarnos a separar la verdad de la falsedad si tenemos conciencia de los sesgos que tienden a oscurecer los juicios que se hacen "a partir del corazón".

¿QUÉ PROCESOS COGNITIVOS ACOMPAÑAN LOS PROBLEMAS CONDUCTUALES?

Describa los procesos cognitivos que acompañan a los trastornos psicológicos.

Ahora consideremos la manera en que los pensamientos de las personas afectan sus sentimientos. ¿Cuáles son los recuerdos, atribuciones y expectativas de las personas depresivas, solitarias, tímidas o propensas a la enfermedad?

DEPRESIÓN

Las personas que se sienten deprimidas tienden a pensar en términos negativos. Ven la vida a través de los oscuros cristales de la baja autoestima (Kuster et al., 2012; Sowislo y Orth, 2012). Con personas deprimidas en exceso: aquellas que se sienten inútiles, que carecen de energía y motivación, indiferentes hacia amigos y familiares, e incapaces de dormir o comer con normalidad, el pensamiento negativo es contraproducente. Su perspectiva demasiado pesimista les conduce a magnificar toda mala experiencia y a minimizar toda experiencia buena. Es posible que piensen que los consejos como "cuenta tus bendiciones" y "mira el lado positivo" sean inútilmente poco realistas. Como informó una joven mujer deprimida: "Mi verdadero yo es inútil e inadecuado. No puedo avanzar en mi trabajo porque me paraliza la duda" (Burns, 1980, p. 29).

"La vida es el arte de estar bien engañado".

—William Hazlitt, *La mesa redonda: una colección de ensayos,* 1817

¿Distorsión o realismo?

¿Todas las personas deprimidas son irrealmente negativas? Para averiguarlo, Lauren Alloy y Lyn Abramson (1979, Alloy et al., 2004) estudiaron a alumnos universitarios que presentaban depresión leve o que no estaban deprimidos. Pidieron a todos los estudiantes que oprimieran un botón y observaran si este controlaba una luz que se encendía. De manera sorpresiva, los estudiantes deprimidos fueron bastante precisos al estimar su grado de control. Los no depresivos fueron los que presentaron juicios distorsionados, exagerando su control. A pesar de sus preocupaciones consigo mismas, las personas un poco depresivas también están más sintonizadas con los sentimientos ajenos y a menudo son más precisas en sus recuerdos y juicios (Forgas, 2014; Harkness et al., 2005). Incluso sobresalen en su estimación de intervalos de tiempo (Kornbrot et al., 2013).

Este sorprendente fenómeno de **realismo depresivo**, apodado el "efecto de la persona más triste, pero más sabia", aparece en diversos juicios sobre el propio control o habilidad (Ackermann y DeRubeis, 1991; Alloys et al., 1990). Shelley Taylor (1989, p. 214; lea también Detalles de la historia: Shelley Taylor habla de las ilusiones positivas), explica:

realismo depresivo
La tendencia de las personas con depresión leve a hacer juicios, atribuciones y predicciones certeros, en lugar de en beneficio propio.

> Las personas normales exageran qué tan competentes son y cuánto les agradan a los demás. Las personas depresivas no lo hacen. Los individuos normales recuerdan su conducta pasada rodeada de un brillo sonrosado. Los individuos depresivos [a menos de que estén gravemente deprimidos] son más imparciales al recordar sus éxitos y fracasos. Las personas normales se describen sobre todo en términos positivos. Los individuos depresivos describen tanto sus cualidades positivas como negativas. Las normales asumen el crédito por los resultados exitosos y tienden a negar su responsabilidad en los fracasos. Los individuos depresivos aceptan su responsabilidad tanto en el éxito como en el fracaso. Las personas normales exageran el control que tienen sobre aquello que sucede alrededor de ellas. Las depresivas son menos vulnerables a la ilusión de control. Las normales creen a un grado poco realista en que el futuro les presenta una multitud de cosas buenas y pocas cosas malas. Los individuos depresivos son más realistas en sus percepciones del futuro. De hecho, en casi cualquier aspecto en el que las personas normales muestran un mayor amor propio, ilusiones de control y visiones poco realistas del futuro, los individuos depresivos no presentan los mismos sesgos. Parece que la expresión de "más triste, pero más sabio" sí puede aplicarse a la depresión.

También es más probable que las personas depresivas crean que tienen la culpa de sucesos negativos. Por ejemplo, si usted reprueba un examen y se culpa, es posible que concluya que es estúpido o flojo; en consecuencia, quizá se sienta deprimido. Si atribuye el fracaso a un examen

estilo explicativo
La manera habitual de explicar los sucesos en la vida. Un estilo explicativo negativo, pesimista y depresivo atribuye el fracaso a causas estables, globales e internas.

injusto o a otras circunstancias fuera de su control, es posible que se sienta enojado. En más de 100 estudios con 15 000 participantes, las personas depresivas han tenido mayor probabilidad que las no depresivas de exhibir un estilo **explicativo negativo** (Haeffel et al., 2008; Peterson y Steen, 2002; Sweeney et al., 1986). Como se presenta en la **figura 14.2**, este estilo explicativo atribuye el fracaso y los reveses a causas que son *estables* ("esto seguirá así por siempre"), *globales* ("afectará todo lo que haga") e *internas* ("todo es mi culpa"). Como señalan Abramson y sus colaboradores (1989), el resultado de este pensamiento autoculpabilizador pesimista y demasiado generalizado es una sensación depresiva de desesperanza.

Detalles DE LA HISTORIA

Shelley Taylor habla de las ilusiones positivas

Hace unos años, estaba haciendo entrevistas con personas que tenían cáncer para un estudio sobre adaptación a los sucesos intensamente estresantes. Me sorprendió enterarme de que, para algunas personas, la experiencia del cáncer de hecho parecía haber traído beneficios, además de los obstáculos esperados. Muchos de ellos me dijeron que pensaban que eran mejores personas debido a la experiencia, sentían que estaban mejor adaptadas a su enfermedad que otras, creían que podían ejercer control sobre su cáncer en el futuro, y que estarían libres del padecimiento, aunque sabían con base en sus antecedentes médicos que era probable que tuvieran una recaída.

Como resultado, me fascinó la manera en que la gente puede interpretar como buenas incluso las peores situaciones y desde entonces he estudiado estas ilusiones positivas. A través de nuestra investigación, aprendimos con rapidez que no es necesario experimentar una situación traumática para demostrar ilusiones positivas. La mayoría de la gente, incluyendo al grueso de los estudiantes universitarios, piensan que son un poco mejores que el promedio, que tienen más control sobre las circunstancias que los rodean de lo que ocurre en realidad, y que tienen tanta probabilidad de experimentar resultados positivos en su vida futura de los que quizá sean realistas. Estas ilusiones no son indicación de inadaptación, muy por el contrario. Es posible que la buena salud mental dependa de la capacidad para ver las cosas como un poco mejores de lo que son y de encontrar beneficios, incluso cuando la situación parece más desalentadora.

Shelley Taylor
UCLA
Cortesía de Shelley Taylor

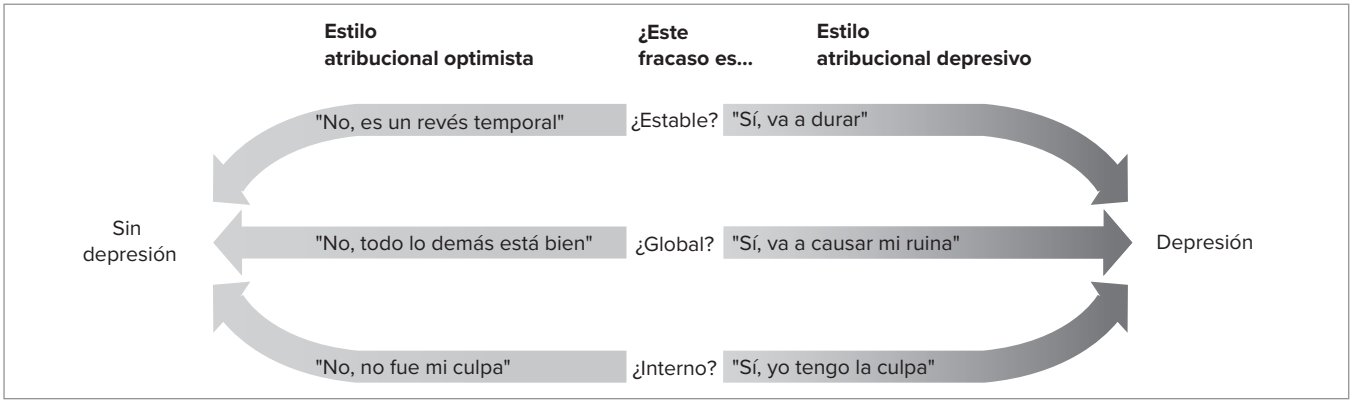


FIGURA 14.2
Estilo explicativo depresivo
La depresión se relaciona con una manera negativa y pesimista de explicar e interpretar los fracasos.

¿El pensamiento negativo es una causa o un resultado de la depresión?

Los elementos cognitivos que acompañan a la depresión hacen surgir una pregunta del tipo del huevo y la gallina: ¿los estados de ánimo depresivos causan el pensamiento negativo o el pensamiento negativo causa la depresión?

LOS ESTADOS DE ÁNIMO DEPRESIVOS CAUSAN EL PENSAMIENTO NEGATIVO Nuestro estado de ánimo tiñe nuestros pensamientos. Cuando nos *sentimos* felices, *pensamos* felizmente. Vemos y recordamos un mundo bueno. Pero si nuestro ánimo se torna melancólico, nuestros pensamientos giran en una dirección diferente. Se caen los lentes color de rosa y nos ponemos los lentes oscuros. Ahora el mal estado de ánimo fomenta nuestro recuerdo de sucesos negativos (Bower, 1987; Johnson y Magaro, 1986). Nuestras relaciones parecen amargarse, nuestra autoimagen pierde brillo, nuestras esperanzas disminuyen y los demás nos parecen más siniestros (Brown y Taylor, 1986; Mayer y Salovey, 1987). A medida que crece la depresión, los recuerdos y las expectativas se desploman.

"Para el hombre entusiasta y optimista, si lo que ha de venir debería ser agradable, parece igualmente probable que ocurra así y que sea bueno, mientras que para el hombre indiferente o deprimido pareciera ser al contrario".

—Aristóteles, *El arte de la retórica,* siglo IV a. C.

Cuando la depresión se retira, el pensamiento se anima (Barnett y Gotlib, 1988; Kuiper y Higgins, 1985). De este modo, las personas *actualmente* deprimidas recuerdan a sus padres como desaprobatorios y castigadores. Pero las personas *anteriormente* deprimidas recuerdan a sus padres en los mismos términos positivos que aquellos que nunca han estado deprimidos (Lewinsohn y Rosenbaum, 1987). En consecuencia, cuando escuche a las personas depresivas hablar mal de sus padres, recuerde: *el ánimo modifica la memoria*.

En un estudio sobre los fanáticos del básquetbol en la Universidad de Indiana, Edward Hirt y sus colaboradores (1992) demostraron que un ánimo incluso negativo de manera temporal puede oscurecer nuestros pensamientos. Justo después de que los fanáticos estaban deprimidos por haber visto perder a su equipo, o eufóricos por una victoria, los investigadores les pidieron pronosticar el desempeño futuro de su equipo y el suyo propio. Después de una derrota, la gente ofreció evaluaciones más desalentadoras, no solo del futuro del equipo sino también de su propio desempeño probable en tiro de dardos, solución de anagramas y en conseguir una cita romántica. Cuando las cosas no van a nuestro favor, parecería como si nunca fueran a mejorar.

Un estado de ánimo depresivo también afecta el comportamiento. Cuando estamos deprimidos, tendemos a retraernos, sentirnos abatidos y quejarnos con facilidad. Las personas depresivas son un poco realistas al pensar que los demás no agradecen su conducta; sus estados de ánimo pesimistas y negativos pueden activar el rechazo social (Carver et al., 1994; Strack y Coyne, 1983).

El comportamiento depresivo también puede despertar la depresión en los demás. Los estudiantes universitarios que tienen compañeros de cuarto depresivos tienden a estar un poco deprimidos (Burchill y Stiles, 1988; Joiner, 1994; Sanislow et al., 1989). Asimismo, en las parejas que están saliendo juntas, la depresión parece ser contagiosa con frecuencia (Katz et al., 1999). Pero nos llegan mejores noticias de un estudio que dio seguimiento durante 20 años a casi 5 000 residentes de una ciudad en Massachusetts: la felicidad también es contagiosa. Cuando están rodeados de personas felices, con frecuencia las personas también se vuelven más felices (Fowler y Christakis, 2008).

Entonces, podemos ver que estar deprimido tiene efectos cognitivos y conductuales. ¿También funciona a la inversa: la depresión tiene *orígenes* cognitivos?

EL PENSAMIENTO NEGATIVO CAUSA ESTADOS DE ÁNIMO DEPRESIVOS La depresión es natural cuando se experimenta un estrés grave: la pérdida del empleo, el divorcio o rechazo, o sufrir cualquier experiencia que altera nuestro sentido de quiénes somos y por qué somos seres humanos valiosos. La melancolía que ocurre con esta depresión a corto plazo puede ser adaptativa. En gran medida como la náusea y dolor protegen al cuerpo de las toxinas, la depresión nos protege, haciendo que reduzcamos el ritmo, causando que reevaluemos y, luego, redirigiendo nuestra energía a nuevos caminos (Andrews y Thomson, 2009, 2010; Watkins, 2008). La apreciación que se obtiene durante las épocas de inactividad depresiva después puede conducir a mejores estrategias para interactuar con el mundo.

El estrés pone a prueba a algunas personas y derrota a otras. Los investigadores han buscado entender el estilo explicativo que hace que algunas personas sean más vulnerables a la depresión.
©Sean Prior/Alamy Stock photo

Aunque es posible que todos estemos deprimidos de manera temporal por sucesos negativos, algunas personas tienen una depresión más duradera. Las personas propensas a la depresión responden a los sucesos negativos con reflexión intensa y culpa dirigida hacia sí mismos (Mor y Winquist, 2002; Pyszczynski et al., 1991). Su autoestima fluctúa con más rapidez, presentando elevaciones y disminuciones de acuerdo con las amenazas (Butler et al., 1994).

¿Por qué a algunas personas les afectan tanto los estreses *menores*? La evidencia sugiere que cuando la reflexión inducida por el estrés se filtra a través de un estilo explicativo negativo, el resultado frecuente es la depresión (Robinson y Allow, 2003). Colin Sacks y Daphne Bugental (1987) pidieron a algunas mujeres jóvenes que entablaran contacto con un desconocido que a veces actuaba de manera fría y poco amistosa, lo cual creaba una situación social incómoda. A diferencia de las mujeres optimistas, aquellas con un estilo explicativo pesimista (que característicamente ofrecen atribuciones estables, globales e internas para los sucesos negativos) reaccionaron al fracaso social sintiéndose deprimidas. Es más, luego se comportaron de manera más antagonista hacia la siguiente persona que conocieron. Su pensamiento negativo condujo a un estado de ánimo negativo que, a su vez, llevó a comportamiento negativo.

Tal reflexión depresiva es más común entre las mujeres, informó Susan Nolen-Hoeksema (2003). Cuando se presentan problemas, los hombres tienden a actuar y las mujeres a pensar, y a menudo a "pensar en exceso", señala la autora. Eso ayuda a explicar por qué, desde la adolescencia, las mujeres de todo el mundo tienen casi el doble de riesgo de depresión en comparación con los hombres (Bromet et al., 2011; CDC, 2018).

Fuera del laboratorio, los estudios con niños, adolescentes y adultos confirman que aquellas personas con un estilo explicativo pesimista se deprimen con más frecuencia cuando les suceden cosas malas. Un estudio vigiló a estudiantes universitarios cada seis meses durante dos años y medio (Alloy et al., 1999). Diecisiete por ciento de aquellos con estilos explicativos pesimistas se deprimieron, en comparación con solo 1% de quienes tenían estilos de pensamiento optimistas. "Una receta para la depresión grave es el pesimismo preexistente cuando se enfrentan fracasos", indicó Martin Seligman (1991, p. 78).

El investigador Peter Lewinsohn y sus colaboradores (1985) conjuntaron estos datos dentro de una comprensión psicológica congruente de la depresión. Según informan, la autoimagen, las atribuciones y las expectativas negativas de una persona deprimida son un lazo esencial en un círculo vicioso que se activa debido a la experiencia negativa, quizá el fracaso vocacional, el conflicto familiar o el rechazo social (**figura 14.3**). Tal reflexión crea un estado de ánimo depresivo que altera la manera en que la persona piensa y actúa, lo cual alimenta después las experiencias negativas adicionales, la culpa autodirigida y el estado de ánimo depresivo. En los experimentos, las personas con un ánimo un poco depresivo se animan cuando la tarea desvía su atención a algo externo (Nix et al., 1995). En consecuencia, la depresión es *tanto* una causa *como* un resultado de las cogniciones negativas.

Martin Seligman (1991, 1998, 2002) cree que el autoenfoque y la autoculpabilización ayudan a explicar los altos niveles de depresión en el mundo occidental actual. Sostiene que el declive de la religión y la familia, junto con el aumento del individualismo, engendran la desesperanza y autoculpa cuando las cosas no van bien. El fracaso en las clases, en las profesiones y en los matrimonios produce desesperación cuando estamos solos, sin nada ni nadie que nos sostenga. Si, como lo declaraba un anuncio machista en la revista *Fortune*, usted puede "lograrlo solo", gracias a "su propio impulso, sus propias agallas, su propia energía, su propia ambición", entonces ¿de quién es la culpa si *no* lo logra? En las culturas no occidentales, donde las relaciones estrechas y la cooperación son la norma, la depresión mayor es menos común y está menos relacionada con el remordimiento y la autoculpabilización relacionados a un fracaso personal percibido. Por ejemplo, en Japón, las personas deprimidas tienden a informar sentimientos de vergüenza por decepcionar a su familia o compañeros de trabajo (Draguns, 1990).

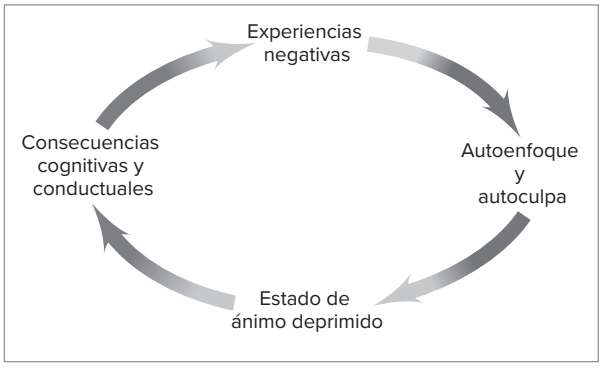


FIGURA 14.3
El círculo vicioso de la depresión
Fuente: Lewinsohn, P. M., Hoberman, H., Teri, L., y Hautziner, M. (1985).

Estos descubrimientos acerca del estilo de pensamiento relacionado con la depresión impulsaron a los psicólogos

sociales a estudiar los patrones de pensamiento asociados con otros problemas. ¿Cómo se ven a sí mismos aquellos que sufren debido a soledad excesiva, timidez o abuso de sustancias? ¿Qué tan bien recuerdan sus éxitos y fracasos? ¿Y a qué atribuyen sus altibajos?

SOLEDAD

Si la depresión es el resfriado común de los trastornos psicológicos, entonces la soledad es el dolor de cabeza. La soledad es una concienciación dolorosa de que nuestras propias relaciones sociales son menos numerosas o significativas de lo que deseamos. Con la pérdida de seres queridos, la soledad aumenta en la última parte de la vida; sin embargo, es emocionalmente más dolorosa en la adultez temprana (Böger y Huxhold, 2018; Russo, 2018).

La identidad y las relaciones sociales ayudan a proteger de la depresión a la gente (Cruwys et al., 2014). Empero, en las culturas modernas, las relaciones sociales estrechas *son* menos numerosas. Una encuesta nacional reveló que, en el curso de dos décadas, hubo una disminución de un tercio en el número de personas con las que los estadounidenses pueden discutir asuntos importantes. Es más, la cifra de hogares estadounidenses integrados por una persona aumentó de 5% durante el decenio de 1920 a 27% en 2013 (Henderson, 2014). Canadá, Australia y los países europeos han experimentado una multiplicación similar en hogares de un solo integrante (Charnie, 2017). En 2018, el primer ministro británico respondió a un informe de nueve millones de británicos solitarios nombrando un "Ministerio de la Soledad" (BBC, 2018).

Como la depresión, la soledad también tiene influencia genética; los gemelos idénticos tienen mayor probabilidad que los gemelos fraternos de compartir una soledad de moderada a extrema (Bartels et al., 2008; Boomsma et al., 2006).

Sentirse solo y excluido

Pero la soledad no tiene que coincidir con estar solo. Uno puede sentirse solitario en medio de una fiesta. "En Estados Unidos hay soledad, pero no se está solo —se lamentaba Mary Pipher (2003)—. Hay multitudes, pero no existe comunidad". La hija de Pipher señaló que en Los Ángeles "me rodean 10 millones de personas, pero nadie conoce mi nombre". Al carecer de relaciones interpersonales y sentirse sola (o cuando se provoca esa misma sensación en un experimento), la gente puede compensar viendo cualidades semejantes a las humanas en objetos, animales y seres sobrenaturales, en quienes encuentran compañía (Epley et al., 2008).

Uno puede estar completamente solo, como yo [DM] me encuentro al escribir estas palabras en la soledad de la oficina aislada de una torrecilla en una universidad británica a 8 000 kilómetros de mi hogar, sin sentirse solitario. La sensación de soledad implica sentirse excluido de un grupo, sin el amor de quienes le rodean, incapaz de compartir sus propias preocupaciones, percibiéndose como diferente y alejado de aquellos en su entorno (Beck y Young, 1978; Davis y Franzoi, 1986). Tener conocidos solitarios aumenta la probabilidad de sentirse solo (Cacioppo et al., 2009). La soledad tiende a ocurrir en grupos sociales, a medida que sus pensamientos y comportamientos negativos se propagan. Por tanto, no es sorpresa que la soledad aumente el riesgo de sufrir depresión, dolor y fatiga en el futuro (Jaremka et al., 2013).

La soledad también aumenta el riesgo de problemas de salud. Afecta las hormonas de estrés, la actividad inmunitaria y la inflamación. Por ende, la soledad pone a la gente en mayor riesgo no solo de depresión y suicidio, sino también de hipertensión, cardiopatía, deterioro cognitivo y alteraciones del sueño (Cacioppo et al., 2014). Un compendio de datos de más de 300 000 personas en 148 estudios mostró que el aislamiento social aumentó el riesgo de muerte más o menos lo mismo que el tabaquismo y más que la obesidad y la inactividad (Holt-Lunstad et al., 2010).

La soledad, que se puede evocar por una mirada fría y un desprecio, se siente literalmente como frío. Cuando recuerdan una experiencia de exclusión, las

Ignorar a alguien más mientras se ve el teléfono, que se conoce como *phubbing* [un nuevo término que combina las palabras inglesas *phone* (teléfono) y *snubbing* (desdeñar)], aumenta los sentimientos de exclusión social (David y Roberts, 2017) y depresión (Roberts y David, 2016) entre aquellos a quienes se ignora.
©IKO/123RF

personas estiman una temperatura ambiente más baja que cuando piensan en ser incluidas. Después de ser excluido en un juego de pelota, la gente muestra una mayor preferencia por alimentos y bebidas calientes (Zhong y Leonardelli, 2008). Tales sentimientos pueden ser adaptativos. La soledad le indica a la gente que busque relaciones interpersonales, las cuales facilitan la supervivencia. Incluso cuando la soledad despierta la nostalgia, un anhelo del pasado sirve para recordarle a las personas sus vínculos (Zhou et al., 2008).

La interacción social frente a frente parece aliviar mejor la soledad que la conexión electrónica de las redes sociales, que de hecho puede aumentar la soledad. La gente que pasa más tiempo en Facebook también se siente más aislada en un sentido social y más solitaria (Primack et al., 2017; Song et al., 2014). Un estudio longitudinal encontró que el uso de Facebook condujo a la soledad, en lugar de que la soledad conduzca al uso de Facebook (Kross et al., 2013). Cuando los amigos se comunican en persona, sienten una cercanía emocional significativamente mayor que cuando se comunican por vía electrónica (Sherman et al., 2013). A medida que los estudiantes de educación media empezaron a pasar menos tiempo con los demás en persona, y más tiempo en las redes sociales, durante la segunda década de este siglo, su sensación de soledad aumentó en forma notable (Twenge y Campbell, 2018).

Percibir a los demás de manera negativa

Como las personas depresivas, los individuos crónicamente solitarios parecen caer en un círculo vicioso de pensamiento social y comportamientos sociales contraproducentes. Tienen parte del estilo explicativo negativo de los depresivos; perciben que en sus interacciones dejan una impresión poco positiva, se culpan a sí mismos por sus relaciones sociales deficientes y consideran que la mayoría de las cosas están más allá de su control (Anderson et al., 1994; Christensen y Kashy, 1998; Snodgrass, 1987). Es más, perciben a otros de maneras negativas. Cuando se les conjuntó con un desconocido del mismo género o con un compañero de cuarto durante su primer año de universidad, fue más probable que los estudiantes solitarios percibieran de manera negativa a la otra persona (Jones et al., 1981; Wittenberg y Reis, 1986). Irónicamente, según informan Danu Stinson y sus coinvestigadores (2011), las personas inseguras en un sentido social se comportan con frecuencia de modos que producen el mismo rechazo social que temen. Como ilustra la **figura 14.4**, la soledad, la depresión y la timidez a veces se realimentan.

Es posible que estas perspectivas negativas reflejen y tiñan la experiencia de la persona solitaria. Creer en su falta de valía social y sentirse pesimistas acerca de los demás les inhibe en actuar para reducir su soledad. Es frecuente que las personas solitarias tengan dificultades para presentarse, hacer llamadas telefónicas y participar en grupos (Nurmi et al., 1996, 1997; Rook, 1984; Spitzberg y Hunt, 1987). Una vez que alguien se vuelve solitario, esto puede convertirse en una espiral en el que las personas solitarias están más ansiosas acerca de la interacción social y, por ende, con mayor probabilidad de "paralizarse" en situaciones sociales (Cacioppo y Cacioppo, 2015; Knowles et al., 2015). Sin embargo, como las personas levemente deprimidas, están sintonizadas con los demás y tienen habilidad para reconocer la expresión emocional (Gardner et al., 2005).

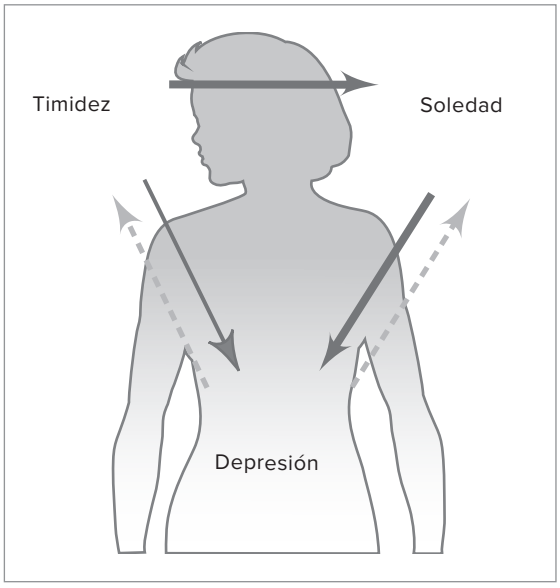


FIGURA 14.4
Interacción de la timidez, soledad y depresión crónicas
Las flechas sólidas indican dirección primaria de causa y efecto, como resumieron Jody Dill y Craig Anderson (1999). Las líneas punteadas indican efectos adicionales.

ANSIEDAD Y TIMIDEZ

La timidez es la ansiedad social marcada por la cohibición y la preocupación acerca de lo que piensen los demás (Anderson y Harvey, 1988; Asendorpf, 1987; Carver y Scheier, 1986). Someterse a una entrevista para un empleo por el que se siente gran deseo, salir con alguien por primera vez, entrar en una habitación llena de desconocidos, presentarse frente a un público importante o dar un discurso (una de las fobias más comunes) puede causar que casi cualquiera se sienta ansioso. Pero algunas personas sienten ansiedad en casi cualquier situación en la que puedan sentir que se les evalúa, aunque se refiera a salir a comer con un compañero

de trabajo. Para estas personas, la ansiedad es más un rasgo de personalidad que un estado temporal.

La timidez (cohibirse en situaciones sociales) es una forma de ansiedad social.
©Rommel Canlas/Shutterstock

Dudar de nuestras propias capacidades en situaciones sociales

¿Qué provoca que nos sintamos ansiosos en situaciones sociales? ¿Por qué algunas personas están atrapadas en la prisión de su propia ansiedad social? Barry Schlenker y Mark Leary (1982, 1985; Leary y Kowalski, 1995) responden a estas preguntas aplicando la **teoría de la autopresentación**. Esta teoría supone que ansiamos presentarnos de modos que dejen una buena impresión. En consecuencia, *sentimos ansiedad social cuando estamos motivados a impresionar a los demás, pero dudamos de nosotros mismos*. Este simple principio ayuda a explicar una variedad de hallazgos de la investigación, cada uno de los cuales puede sonar verdadero en su experiencia. Nos sentimos más ansiosos cuando estamos:

- con personas importantes, de estatus elevado; personas cuyas impresiones de nosotros nos importan;
- en un contexto de evaluación, como cuando tenemos una primera entrevista;
- cohibidos (como le pasa con frecuencia a las personas tímidas) con nuestra atención enfocada en nosotros mismos y en qué impresión dejamos;
- enfocados en algo esencial para nuestra autoimagen, como cuando un profesor universitario presenta su investigación ante sus colegas en una convención profesional;
- en situaciones novedosas o no estructuradas, como en el primer baile de la escuela o en la primera cena formal, donde no estamos seguros de las reglas sociales.

teoría de la autopresentación
Teoría que postula que ansiamos presentarnos de modos que dejen una buena impresión.

Para la mayoría de la gente, la tendencia en todas esas situaciones es protegerse a sí misma con cautela; evitar temas que revelen su propia ignorancia; ser circunspecto acerca de uno mismo; ser poco asertivo, agradable y sonriente. Irónicamente, tales preocupaciones que provocan ansiedad por dejar una buena impresión a menudo dan una mala impresión (Broome y Wegner, 1994; Meleshko y Alden, 1993). Sin embargo, con el tiempo es frecuente que los demás sientan agrado por las personas tímidas. Su falta de egoísmo, su modestia, sensibilidad y discreción son atractivas (Gough y Thorne, 1986; Paulhus y Morgan, 1997; Shepperd et al., 1995).

Sobrepersonalizar las situaciones

En comparación con las personas extravertidas, los individuos tímidos y cohibidos (que incluyen a muchos adolescentes) consideran a los sucesos incidentales como relevantes de algún modo para su persona (Fenigstein, 1984; Fenigstein y Vanable, 1992). Las personas tímidas y ansiosas sobrepersonalizan las situaciones, lo cual es una tendencia que engendra preocupación ansiosa y, en casos extremos, paranoia. Son propensos en especial al *efecto del reflector*: sobrestiman el grado al que otras personas los observan y evalúan. Si no pudieron peinarse bien o tienen una imperfección facial, suponen que todos los demás lo notan y los juzgan en consecuencia. Es posible que las personas tímidas incluso se sientan cohibidas por su propia timidez, desean dejar de preocuparse por sonrojarse, de lo que los demás piensan o de qué decir.

Cuando una persona anhela impresionar a personas importantes, la ansiedad social es natural.
©Katarzyna Bialasiewicz/123RF

Para reducir su ansiedad social, algunas personas acuden al alcohol. Las bebidas alcohólicas reducen la ansiedad y la cohibición (Hull y Young, 1983). Por consecuencia, las personas crónicamente cohibidas tienen una especial probabilidad de beber después de un fracaso. Si se recuperan del alcoholismo, es más probable que recaigan cuando vuelvan a experimentar estrés o fracaso, en comparación con aquellos bajos en cohibición.

Síntomas tan diversos como la ansiedad y el abuso del alcohol pueden satisfacer una función de desventaja autoimpuesta. Etiquetarse a sí mismo como ansioso, tímido, deprimido o bajo la influencia del alcohol puede dar una excusa para el fracaso (Snyder y Smith, 1986). Detrás de una barrera de síntomas, el ego de la persona se mantiene seguro. "¿Por qué no tengo novia? Porque soy tímido, así que la gente no llega a conocer con facilidad cómo soy en realidad". El síntoma es una estrategia inconsciente para justificar los resultados negativos.

¿Qué pasaría si elimin——ramos la necesidad de tal estrategia, proveyendo a la gente de una explicación alternativa útil de su ansiedad y, por ende, del posible fracaso? ¿Una persona tímida ya no necesitaría serlo? Eso es precisamente lo que Susan Brodt y Philip Zimbardo (1981) encontraron cuando llevaron a universitarias tímidas y no tímidas al laboratorio, y les pidieron conversar con un hombre guapo que se hizo pasar por otro participante. Antes de la conversación, a las mujeres se les encerró en una pequeña sala y se les sometió a un ruido intenso. A algunas de las mujeres tímidas (pero no a otras) se les dijo que el ruido les provocaría palpitaciones, que son un síntoma común de la ansiedad social. De modo que cuando las mujeres charlaron después con el hombre, podían atribuir sus palpitaciones y cualesquiera dificultades en la plática al ruido, no a su timidez o incapacidad social. En comparación con las mujeres tímidas a las que no se les dio esta útil explicación de sus palpitaciones, estas mujeres ya no se mostraron tímidas. Hablaron de manera fluida una vez que se inició la conversación y le hicieron preguntas al hombre. De hecho, a diferencia de las otras mujeres tímidas (que el hombre pudo identificar con facilidad como tímidas), estas mujeres no fueron diferenciables para él de las mujeres no tímidas.

SALUD, ENFERMEDAD Y MUERTE

En el mundo industrializado, cuando menos la mitad de todas las muertes se relacionan con el comportamiento: el consumo de tabaco, alcohol, drogas y alimentos perjudiciales; las reacciones ante el estrés; la falta de ejercicio y no seguir las indicaciones médicas. El área interdisciplinaria de la **medicina conductual** estudia estas contribuciones conductuales a la enfermedad. La contribución de la psicología a esta ciencia interdisciplinaria es la subárea de la **psicología de la salud**. Los psicólogos de la salud estudian cómo responde la gente a los síntomas de las enfermedades y la manera en que las emociones y explicaciones influyen en la salud.

medicina conductual
Área interdisciplinaria que integra y aplica el conocimiento conductual y médico acerca de la salud y la enfermedad.

psicología de la salud
El estudio de las raíces psicológicas de la salud y la enfermedad. Ofrece la contribución de la psicología a la medicina conductual.

Reacciones a la enfermedad

¿Cómo decide la gente que está enferma? ¿Cómo explica sus síntomas? ¿Qué influye en su disposición a buscar y seguir un tratamiento?

PERCATARSE DE LOS SÍNTOMAS Lo más probable es que usted haya experimentado recientemente cuando menos una de estas molestias físicas: cefalea, dolor de estómago, congestión nasal, dolor muscular, zumbido en los oídos, exceso de transpiración, latidos acelerados del corazón, mareo, rigidez en las articulaciones, y diarrea o estreñimiento (Pennebaker, 1982). ¿Tales síntomas son poco importantes? ¿O le está dando algo que requiere atención médica? Difícilmente pasa una semana sin que juguemos al doctor y nos diagnostiquemos algún síntoma.

Percatarnos e interpretar las señales de nuestro organismo es como percatarnos e interpretar cómo marcha un automóvil. La mayoría de nosotros no podemos saber si un auto necesita un cambio de aceite simplemente por escuchar el motor. De manera similar, la mayoría no somos jueces astutos de nuestra frecuencia cardiaca, concentración de glucosa en sangre o presión arterial. La gente supone su presión arterial con base en cómo se siente, que a menudo no se relaciona con su presión arterial en sí (Baumann y Leventhal, 1985). Es más, los primeros signos de muchas enfermedades, incluidas el cáncer y la cardiopatía, son sutiles y fáciles de pasar por alto.

EXPLICAR LOS SÍNTOMAS: ¿ESTOY ENFERMO? Con dolores y molestias más graves, la pregunta se vuelve más específica y crítica. ¿El pequeño quiste se ajusta a nuestra idea de un tumor maligno? ¿El dolor en el área del pecho es simplemente un espasmo muscular, como suponen la mayoría de las víctimas de un infarto de miocardio? De hecho, los informes en Estados Unidos de los National Institutes of Health indican que la mayoría de las víctimas de infarto esperan demasiado antes de buscar atención médica. ¿Qué factores influyen en cómo explicamos los síntomas?

Después de notar los síntomas, los interpretamos utilizando esquemas familiares de enfermedad (Bishop, 1991). En las facultades de medicina, esto puede llevar a resultados divertidos. Como parte de su formación, los estudiantes de medicina aprenden los síntomas que se asocian con diversas enfermedades. Como también experimentan diversos síntomas, a veces los atribuyen a los

esquemas de enfermedad que aprendieron hace poco ("quizás este jadeo es el inicio de una neumonía"). Asimismo, los estudiantes de psicología (como usted mismo podrá haber experimentado) son propensos a este efecto cuando leen acerca de los trastornos.

¿NECESITO TRATAMIENTO? Cuando la gente se percata de un síntoma y lo interpreta como posiblemente grave, varios factores influyen en su decisión de buscar atención médica. Es más frecuente que las personas busquen tratamiento si creen que sus síntomas son físicos, más que por causa psicológica (Bishop, 1987). Sin embargo, es posible que demoren la búsqueda de ayuda si se sienten avergonzados, si piensan que los probables beneficios de la atención médica no justifican el costo e inconvenientes, o si quieren evitar un diagnóstico quizás devastador.

El U.S. National Center for Health Statistics (NCHS) informa sobre una diferencia de género en las decisiones de buscar tratamiento médico: en comparación con los varones, las mujeres reportan más síntomas, utilizan más medicamentos de venta libre y con receta, y visitan a los médicos con una frecuencia 67% mayor para solicitar atención preventiva (NCHS, 2008, 2010). Las mujeres también visitan a los psicoterapeutas con una frecuencia 50% mayor (Olfson y Pincus, 1994) y tiene mayor probabilidad de solicitar ayuda de los médicos para la ansiedad, debido en parte a que es más probable que acudan al médico para visitas de rutina en comparación con los hombres (Susukida et al., 2015).

¿Eso quiere decir que las mujeres se enferman con más frecuencia? Al parecer no. De hecho, es posible que los varones estén más propensos a las enfermedades. Entre otros problemas, los hombres tienen tasas más altas de hipertensión, úlceras y cáncer, al igual que una esperanza de vida menor. Entonces, ¿por qué las mujeres tienen mayor probabilidad de acudir al médico? Quizá porque están más atentas a sus estados internos. Quizá porque son menos renuentes a admitir "debilidad" y a buscar ayuda (Bishop, 1984).

Los pacientes están más dispuestos a seguir las indicaciones de tratamiento cuando tienen una relación amistosa con sus médicos, cuando ayuden a planear su tratamiento y cuando las opciones se estructuran de manera atractiva. Es más probable que la gente elija una cirugía cuando se le da "40% de posibilidades de sobrevivir" que cuando se le da "60% de posibilidades de no sobrevivir" (Rothman y Salovey, 1997; Wilson et al., 1987). Tales mensajes "estructurados según los beneficios" también persuaden a más personas a usar protector solar, evitar los cigarrillos y someterse a análisis de VIH (Detweiler et al., 1999; Salovey et al., 2002; Schneider et al., 2000). Es mejor decirle a la gente que "el protector solar mantiene una piel sana y de apariencia juvenil" que indicarles que "no usar protector solar disminuye sus posibilidades de una piel sana y de apariencia juvenil". Estructurar un programa de ejercicios deseado como minutos por día, en lugar de horas por semana, aumenta de manera semejante la disposición de la gente a comprometerse con él (Peetz et al., 2011).

Emociones y enfermedad

¿Nuestras emociones predicen nuestra susceptibilidad a la cardiopatía, los accidentes vasculares cerebrales, el cáncer y otros padecimientos (**figura 14.5**)? Considere lo siguiente:

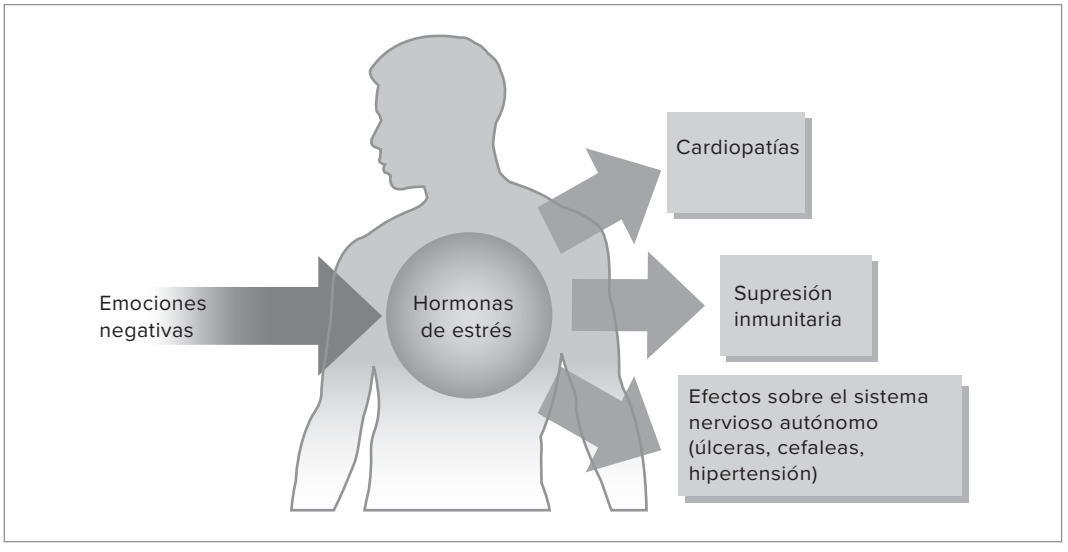


FIGURA 14.5
Las emociones negativas causadas por el estrés pueden tener diversos efectos sobre la salud. Esto es en especial cierto en personas deprimidas o propensas al enojo.

La cardiopatía se ha vinculado con una personalidad competitiva, impaciente, y el aspecto que más importa, *propensa al enojo* (Chida y Steptoe, 2009; Kupper y Denollet, 2007). En situaciones de estrés, las personas *tipo A*, que son reactivas y propensas al enojo, segregan más hormonas de estrés, que se cree aceleran la acumulación de placas en las arterias del corazón. Es el enojo impaciente de algunos individuos tipo A, y no su impulso de alcanzar logros, lo que se relaciona con las enfermedades cardiacas.

La depresión también aumenta el riesgo de diversos padecimientos. Las personas depresivas son más vulnerables a la cardiopatía, incluso luego de controlar las diferencias en tabaquismo y otros factores relacionados con la enfermedad (Boehm et al., 2011; Whang et al., 2009). El año posterior a un infarto de miocardio, las personas depresivas tienen un doble riesgo de problemas cardiacos adicionales (Frasure-Smith et al., 1995, 1999, 2005). La asociación entre depresión y cardiopatía puede ser el resultado de inflamación de las arterias relacionada con el estrés (O'Donovan et al., 2012). Las hormonas de estrés aumentan la producción de proteínas que contribuyen a la inflamación, lo cual ayuda a combatir infecciones. Pero la inflamación también puede exacerbar el asma, la obstrucción de las arterias y la depresión, que se vincula con problemas de salud. En conclusión: el enojo, la depresión y el estrés son emociones relacionadas con el corazón.

George Vaillant (1997) atestiguó el efecto de la angustia cuando dio seguimiento a un grupo de varones, alumnos de Harvard, desde la mediana edad (52 años) hasta la vejez. De aquellos que nunca abusaron del alcohol, utilizaron tranquilizantes o acudieron con un psiquiatra, solo 5% habían muerto para los 75 años. De aquellos que habían hecho cualquiera de estas tres cosas, 38% habían muerto.

Optimismo y salud

Abundan las historias sobre personas que tuvieron un repentino empeoramiento cuando alguien les hizo perder las esperanzas, o que mejoran de pronto cuando se renueva su esperanza. Cuando el cáncer atacó el hígado de Jeff, un niño de 9 años, sus médicos temieron lo peor. Pero Jeff siguió optimista. Estaba decidido a crecer para convertirse en investigador del cáncer. Un día, Jeff está eufórico. Desde un sitio lejano, un especialista tuvo interés en su caso y planea pasar por allí mientras viaja a través del país. Hay muchas cosas que Jeff quiere decirle al médico y mostrarle de su diario que lleva desde que se enfermó. En el día anticipado, la niebla cubre la ciudad. El avión del médico se desvía a otra ciudad, desde la cual el especialista viajará a su destino final. Al enterarse de la noticia, Jeff llora en silencio. A la mañana siguiente desarrolla neumonía y fiebre, está acostado en estado de apatía. Para la noche, entró en coma. La tarde siguiente murió (Visintainer y Seligman, 1983).

Comprender las relaciones entre las actitudes y la enfermedad requiere algo más que historias dramáticas de la vida real. Si la desesperanza coincide con el cáncer, nos preguntamos: ¿el cáncer engendra desesperanza o la desesperanza también obstaculiza la resistencia al cáncer? Para resolver este acertijo del huevo y la gallina, los investigadores han (1) creado desesperanza sometiendo a los organismos a estreses incontrolables y (2) correlacionado un estilo explicativo desesperanzado con las enfermedades futuras.

¿Alguna vez ha notado que es más probable que se enferme justo después de exámenes finales? Eso podría deberse a que el estrés puede comprometer al sistema inmunitario.
©Eldar Nurkovic/123RF

ESTRÉS Y ENFERMEDAD La indicación más clara de los efectos de la desesperanza (*aprendida*) proviene de experimentos que someten a sujetos animales a choques eléctricos leves, pero incontrolables, ruidos intensos o hacinamiento. Tales experiencias no causan enfermedades como el cáncer, pero sí reducen la resistencia del organismo. Es más frecuente que las ratas inyectadas con células cancerosas desarrollen tumores y mueran por su causa si también reciben choques ineludibles (en lugar de choques eludibles o ningún choque). Es más, en comparación con ratas jóvenes que reciben choque controlados, aquellas a las que les aplican choques incontrolables tienen una probabilidad dos veces mayor de desarrollar tumores en la adultez si se les inyectan células cancerosas y se les administra otra ronda de choques (Visintainer y Seligman, 1985). Los animales que aprenden la desesperanza reaccionan más pasivamente y los análisis de sangre revelan una respuesta inmunitaria debilitada.

Hay una gran distancia entre las ratas y los humanos. Sin embargo, un creciente conjunto de evidencias revela que las personas que

atraviesan por experiencias sumamente estresantes se vuelven más vulnerables a la enfermedad (Segerstrom y Miller, 2004). El estrés no es lo que nos enferma, pero sí desvía la energía de nuestro sistema inmunitario que lucha contra las enfermedades, dejándonos más vulnerables a las infecciones y tumores malignos (Cohen, 2002, 2004). La muerte de un cónyuge, el estrés del aterrizaje de un vuelo espacial, incluso la tensión de un examen semanal se han asociado con la depresión de las defensas inmunitarias (Jemmott y Locke, 1984).

Considere lo siguiente:

- El estrés magnifica la gravedad de las infecciones respiratorias y de los síntomas experimentados por voluntarios que han accedido a que se les infecte con un virus del resfriado (Cohen et al., 2003, 2006, 2012; Pedersen et al., 2010).
- Las parejas de recién casados que se disgustan mientras discuten problemas sufrieron más supresión del sistema inmunitario al día siguiente (Kiecolt-Glaser et al., 1993). Cuando la gente se estresa debido a conflictos maritales, las lesiones por punción causadas en el laboratorio requirieron un día o dos más para sanar (Kiecolt-Glaser et al., 2005). Algunos estudios en 11 países que dieron seguimiento a 6.5 millones de vidas a lo largo del tiempo revelan que, entre varones y jóvenes adultos, el divorcio aumenta el riesgo posterior de muerte temprana (Sbarra et al., 2011).
- El estrés laboral puede ser literalmente descorazonador. En un estudio que dio seguimiento a 17 415 mujeres estadounidenses de mediana edad, los investigadores encontraron que el estrés laboral importante pronosticó 88% de aumento en riesgo de infartos al miocardio (Slopen et al., 2010). En Dinamarca, un estudio con 12 116 enfermeras encontró que aquellas que informaron presiones laborales "demasiado fuertes" tuvieron 40% de aumento en riesgo de cardiopatía (Allesøe et al., 2010).
- El estrés aumenta la producción de proteínas inflamatorias. En consecuencia, aquellos que experimentan estrés social, incluyendo niños criados dentro de familias abusivas, son más propensos a respuestas inflamatorias (Dickerson et al., 2009; Miller et al., 2011). La inflamación lucha contra las infecciones, pero la inflamación persistente contribuye al asma, obstrucción de las arterias y depresión. Los investigadores incluso han descubierto mecanismos moleculares *epigenéticos* en los cuales el estrés, en algunas personas, activa genes que controlan la inflamación (Cole et al., 2010).

ESTILO EXPLICATIVO Y ENFERMEDAD Si el estrés incontrolable afecta la salud, deprime al sistema inmunitario, aumenta la inflamación y genera una resignación pasiva y desesperanzada, entonces ¿las personas que exhiben tal pesimismo son más vulnerables a la enfermedad? De hecho, un estilo pesimista de explicación de los sucesos negativos (diciendo "va a durar, lo afectará todo y es mi culpa") aumenta la probabilidad de enfermarse (Carver et al., 2010). Christopher Peterson y Martin Seligman (1987) estudiaron las citas de prensa de 94 miembros del Salón de la Fama del Béisbol y estimaron con cuánta frecuencia ofrecieron explicaciones pesimistas (estables, globales, internas) de los sucesos negativos, como perder grandes juegos. Aquellos que rutinariamente lo hacían, tendieron a morir a edades un poco más tempranas. Los optimistas, que ofrecían explicaciones estables, globales e internas de los sucesos *positivos*, por lo general vivieron más que los pesimistas.

Otros estudios han dado seguimiento a la vida de las personas a lo largo del tiempo:

- Posgraduados de Harvard que expresaron el mayor optimismo en 1946 fueron los más sanos cuando los reestudiaron 34 años después (Peterson et al., 1988).
- Un equipo de investigación en Holanda dio seguimiento a 941 adultos mayores durante cerca de una década (Giltay et al., 2004, 2007). Entre aquellos en la cuarta parte más alta de optimismo, solo 30% murieron, en comparación con 57% de quienes estaban en el cuartil más bajo de optimismo.

Las hermanas Delany, quienes vivieron hasta los 104 y 106 años, atribuían su longevidad a una perspectiva positiva de la vida.
©Marianne Barcellona/Getty Images

- Las monjas católicas que expresaron los sentimientos más positivos a la edad promedio de 22 años vivieron un promedio de 7 años más que sus colegas más severas en el medio siglo posterior y más adelante (Danner et al., 2001).

El poder sanador de las creencias positivas es evidente en el conocido *efecto placebo*, que se refiere al poder sanador de *creer* que uno está obteniendo un tratamiento eficaz (si usted *piensa* que un tratamiento será eficaz, es posible que así lo sea, aunque en realidad sea inerte). Pero toda noticia positiva tiene su lado negativo. Es posible que los optimistas se consideren invulnerables y que, por ende, no tomen las precauciones sensatas; por ejemplo, aquellos que fuman cigarrillos subestiman de manera optimista los riesgos implicados (Segerstrom et al., 1993). Y cuando las cosas salen muy mal, cuando el optimista se topa con una enfermedad devastadora, la adversidad puede ser demoledora. El optimismo es bueno para la salud. Pero incluso los optimistas tienen una tasa de mortalidad del 100%.

EN RESUMEN: ¿Qué procesos cognitivos acompañan los problemas conductuales?

- Los psicólogos sociales exploran en forma activa las atribuciones y expectativas de las personas depresivas, solitarias, con ansiedad social y físicamente enfermas. Las personas depresivas tienen un *estilo explicativo* negativo, interpretan los sucesos negativos como estables, globales y causados de manera interna. A pesar de sus juicios más negativos, las personas con depresión leve tienden a ser realistas de manera sorpresiva en pruebas de laboratorio. La depresión puede ser un círculo vicioso en el que los pensamientos negativos producen conductas contraproducentes, y viceversa.
- La soledad implica sentimientos de aislamiento o de no encajar con los demás, y es común en sociedades individualistas. Como la depresión, puede ser un círculo vicioso en el que los sentimientos de distanciamiento lleven a comportamientos indeseables en un sentido social.
- La mayoría de la gente experimenta ansiedad en situaciones en las que se le está evaluando, pero los individuos tímidos tienen una propensión extrema a la ansiedad, incluso en situaciones amigables e informales. Este puede ser otro círculo vicioso en el que los sentimientos de ansiedad provoquen conductas torpes y poco agradables.
- El creciente campo de la *psicología de la salud* explora cómo es que la gente decide que está enferma, cómo explica sus síntomas y cuándo busca y sigue un tratamiento. También explora los efectos de las emociones negativas y las relaciones entre enfermedades, estrés y un estilo explicativo pesimista.

¿CUÁLES SON ALGUNOS DE LOS ENFOQUES PSICOSOCIALES DEL TRATAMIENTO?

Describa los tratamientos que buscan eliminar los patrones de inadaptación del pensamiento que consideramos relacionados con problemas que abarcan desde la depresión grave hasta la timidez extrema y la enfermedad física.

No existe la psicoterapia psicosocial. Pero la psicoterapia es un encuentro social y los psicólogos sociales han sugerido cómo podrían integrarse sus principios dentro de las técnicas de tratamiento existentes (Forsyth y Leary, 1997; Strong et al., 1992). Considere tres enfoques:

- Para promover los cambios internos, suplir la propia conducta externa.

- Romper con ciclos negativos y contraproducentes de pensamiento-conducta.
- Atribuir las mejorías al propio autocontrol, en lugar de al tratamiento.

INDUCIR CAMBIOS INTERNOS A TRAVÉS DE LA CONDUCTA EXTERNA

Nuestros actos afectan nuestras actitudes. Los roles que desempeñamos, las cosas que decimos y hacemos, y las decisiones que tomamos influyen en quienes somos.

De acuerdo con este principio de que las actitudes son consecuencia de la conducta, varias técnicas psicoterapéuticas indican acciones:

- Los terapeutas conductuales intentan moldear la conducta según la teoría de que la disposición interna del paciente cambiará después de que se modifique su comportamiento.
- A lo largo de diversos estudios, las personas a las que se pidió que defendieran de manera pública algún comportamiento sano (como el ejercicio o moderarse en el consumo de alimentos y bebidas) y a las que también se les recordaron sus propias conductas no sanas, experimentaron disonancia y cambiaron luego su comportamiento. (Freijy y Kothe, 2013)
- En el entrenamiento de asertividad, las personas exhiben primero la asertividad dentro de la interpretación de rol en un contexto alentador y después implementan de manera gradual las conductas asertivas en su vida diaria.
- La psicoterapia conductual racional emotiva supone que generamos nuestras propias emociones; los pacientes reciben "tareas" relacionadas con hablar y actuar de nuevas formas que les generarán nuevas emociones: desafiar a un familiar dominante o dejar de decirse que son una persona poco atractiva e invitar a alguien a salir.
- Los grupos de autoayuda inducen sutilmente a los participantes a comportarse de nuevas maneras frente al grupo: expresar enojo, llorar, actuar con elevada autoestima, expresar sentimientos positivos.

Todas estas técnicas comparten una suposición común: si no podemos controlar en forma directa nuestros sentimientos a través de mera fuerza de voluntad, podemos influir de manera indirecta en ellos a través de nuestra conducta.

Los experimentos confirman que lo que decimos de nosotros mismos puede afectar cómo nos sentimos. Aquellos que realizan actos de amabilidad durante un mes se vuelven más felices (Alden y Trew, 2013). Aquellos inducidos a presentarse de modos que mejoraran su imagen personal (en lugar de autocríticos) se sintieron mejor después acerca de sí mismos (Jones et al., 1981; Rhodewalt y Agustsdottir, 1986). Las demostraciones públicas, sean animadas o negativas, se trasladan después a la autoestima. Decir es creer, aunque hablemos de nosotros mismos.

En los experimentos, las personas internalizaron más su comportamiento cuando percibieron cierta capacidad de opción. Por ejemplo, Pamela Mendonca y Sharon Brehm (1983) invitaron a un grupo de niños con sobrepeso que estaban a punto de iniciar un programa de pérdida de peso a que eligieran el tratamiento que preferían. Luego se les recordó periódicamente que ellos habían elegido su tratamiento. A otros niños que de manera simultánea pasaron por el mismo programa de ocho semanas no se les dio ninguna opción. Aquellos que se sentían responsables de su propio tratamiento perdieron más peso, tanto al final del programa de ocho semanas como tres meses después.

ROMPER CÍRCULOS VICIOSOS

Si la depresión, la soledad y la ansiedad social se mantienen a través de un círculo vicioso de experiencias negativas, pensamiento negativo y comportamiento contraproducente, debería ser posible romper el círculo en cualquiera de varios puntos: cambiando el ambiente, entrenando a la persona para comportarse de manera más constructiva o revirtiendo el pensamiento negativo. Y así es. Varios métodos psicoterapéuticos ayudan a liberar a la gente del círculo vicioso de la depresión.

Entrenamiento en habilidades sociales

La depresión, la soledad y la timidez no son únicamente problemas que estén en la mente de alguien. Estar cerca de una persona depresiva puede ser irritante y deprimente. Como sospechan las personas solitarias y tímidas, es posible que de hecho den una impresión poco agradable en situaciones sociales. Resulta irónico que mientras más buscan dar una buena impresión las personas

El tratamiento más eficaz de las fobias, incluyendo la fobia social, es la exposición: realizar la actividad en un ambiente seguro y aprender que puede ser placentero.
©Rawpixel.com/Shutterstock

preocupadas por sí mismas, más posible es que sus esfuerzos resulten contraproducentes (Lun et al., 2011). Aquellos que en lugar de ello se enfocan en apoyar a otras personas, a menudo disfrutan de obtener a cambio el aprecio de los demás.

En estos casos, el entrenamiento en habilidades sociales puede ser útil. A través de la observación y, luego, por medio de la práctica, la persona puede desarrollar la confianza para comportarse de manera más eficiente en otras situaciones. A medida que la persona empieza a disfrutar de las recompensas de comportarse con mayor habilidad, se desarrolla una autopercepción más positiva. Frances Haemmerlie y Robert Montgomery (1982, 1984, 1986) lo demostraron en varios estudios alentadores con estudiantes universitarios tímidos y ansiosos. Aquellos que eran inexpertos y se sentían ansiosos en compañía de personas del sexo opuesto podían decirse a sí mismos: "no salgo mucho en pareja, por lo que debo ser socialmente incapaz, así que no debería tratar de entablar contacto con nadie". Para revertir esta secuencia negativa, Haemmerlie y Montgomery persuadieron a tales estudiantes para que iniciaran interacciones agradables con personas del sexo opuesto.

En un experimento, algunos varones universitarios respondieron a cuestionarios de ansiedad social y luego acudieron al laboratorio en dos días diferentes. En cada uno de los días, disfrutaron de conversaciones de 12 minutos con seis mujeres jóvenes. Los hombres pensaban que las mujeres también eran participantes pero, de hecho, eran cómplices del experimentador a las que se había pedido que llevaran una conversación natural, positiva y amistosa con cada uno de los hombres.

El efecto de esta conversación de dos horas y media fue notable. Como después escribió uno de los participantes: "nunca había conocido a tantas chicas con las que pudiera tener una buena conversación. Después de platicar con unas cuantas de ellas, mi confianza aumentó al grado en que ya no noté que me sintiera nervioso como antes". Tales comentarios recibieron el apoyo de una diversidad de medidas. A diferencia de los hombres en la condición de control, aquellos que pasaron por la conversación informaron una ansiedad considerablemente menor al estar cerca de mujeres cuando se les volvió a someter a prueba en periodos de una semana y seis meses después. Al colocárseles solos en una habitación junto con una desconocida atractiva, también tuvieron mayor probabilidad de iniciar una conversación. Fuera del laboratorio, empezaron a salir en forma ocasional en citas románticas.

Haemmerlie y Montgomery notaron que esto no solo ocurrió sin ningún tipo de orientación psicológica, sino que bien podría haber sucedido *porque* no hubo esa orientación. Al comportarse con éxito por sí mismos, los hombres podían percibirse ahora como competentes desde el punto de vista social. Aunque siete meses después los investigadores informaron los detalles del experimento a los participantes, para ese momento los hombres presumiblemente habían disfrutado del suficiente éxito social como para mantener sus atribuciones internas al respecto. "Nada tiene tanto éxito como el éxito —concluyó Haemmerlie (1987)—, ¡siempre y cuando no existan factores externos que el paciente pueda usar como excusa para dicho éxito!".

Terapia de estilo explicativo

Los círculos viciosos que mantienen la depresión, la soledad y la timidez pueden romperse a través del entrenamiento en habilidades sociales, mediante experiencias positivas que alteren las autopercepciones *y* cambiando los patrones negativos de pensamiento. Algunas personas tienen buenas habilidades sociales, pero sus experiencias con amigos y familiares hipercríticos les han convencido de lo contrario. Para tales personas, es posible que baste ayudarles a revertir sus creencias negativas acerca de sí mismas y de su futuro. Entre las psicoterapias cognitivas con esta meta se encuentra la *terapia de estilo explicativo*, propuesta por los psicólogos sociales (Abramson, 1988; Gillham et al., 2000; Masi et al., 2011).

Uno de esos programas se ocupó de enseñarles a estudiantes universitarios depresivos a cambiar sus atribuciones típicas. Mary Anne Layden (1982) describió inicialmente las ventajas de explicar los resultados como lo hace la persona no deprimida típica (aceptando el crédito de los éxitos y

viendo la manera en que las circunstancias pueden empeorar las cosas). Después de asignar una variedad de tareas, ayudó a los estudiantes a ver cómo interpretaban de manera típica los éxitos y fracasos. Luego llegaron a la fase de tratamiento, en la que Layden les instruyó para que llevaran un diario de sus éxitos y fracasos cotidianos, anotando tanto su contribución a sus propios éxitos como las razones externas para sus fracasos. Cuando se les volvió a evaluar después de un mes de este reentrenamiento en atribuciones y se les comparó con un grupo control, sin tratamiento, su autoestima se había elevado y su estilo atribucional se había vuelto más positivo. Mientras más progresó su estilo explicativo, más se redujo su ansiedad. Al cambiar sus atribuciones, habían cambiado sus emociones.

Las técnicas coercitivas de pérdida de peso, como aquellas que se utilizan en los programas de telerrealidad, funcionan con rapidez, pero no duran. Seis años después de estar en el programa "The Biggest Loser", la mayoría de los participantes recuperaron casi todo su peso (Fothergill et al., 2016). Los programas de pérdida de peso tienden a funcionar mejor si la gente siente más control de sus acciones.
©JGI/Jamie Grill/Blend Images LLC

MANTENER EL CAMBIO A TRAVÉS DE ATRIBUCIONES INTERNAS PARA EL ÉXITO

Dos de los principios considerados hasta el momento (que el cambio interno puede ocurrir como consecuencia del cambio conductual y que el cambio en autopercepciones y autoatribuciones puede ayudar a romper un círculo vicioso) convergen en una conclusión: después de lograr la mejoría, esta dura más si la gente la atribuye a factores bajo su propio control en lugar de atribuirlo a un programa de tratamiento.

Como norma, las técnicas coercitivas incitan los cambios conductuales más espectaculares e inmediatos (Brehm y Smith, 1986). Al convertir el comportamiento indeseable en algo sumamente costoso o vergonzoso, y a la conducta más sana en algo que recompensa en demasía, un terapeuta puede alcanzar resultados impresionantes. El problema, como nos recuerda la investigación psicológica a lo largo de 50 años, es que los cambios conductuales obtenidos por coacción se desvanecen en poco tiempo.

Consideremos la experiencia de Marta, quien está preocupada por su obesidad leve y frustrada por su incapacidad para lograr algo al respecto. Marta está considerando varios programas comerciales de control de peso. Cada uno afirma lograr los mejores resultados, así que elige uno en el que se le ordena seguir una dieta estricta de 1 200 calorías diarias. Es más, se le exige registrar e informar su ingesta calórica diaria y acudir una vez por semana para que se le pese, de modo que ella y su instructor puedan saber con precisión como le está yendo. Confiada en el valor del programa y no deseando quedar en vergüenza, sigue las indicaciones y está encantada al descubrir que los kilos no deseados desaparecen en forma gradual. Al llegar a su meta de peso, Marta piensa: "¡este programa único en verdad funciona!".

Sin embargo, es triste señalar que después de terminar el programa, Marta experimenta el destino de la mayoría de quienes terminan un programa de control de peso (Jeffery et al., 2000): recuperan el peso bajado. En la calle ve que se acerca su instructor. Avergonzada, se cruza al otro lado de la acera y dirige la vista a otra parte. Por desgracia, su instructor la reconoce y la invita amablemente a regresar al programa. Al admitir que este logró buenos resultados la primera vez, Marta reconoce necesitarlo y accede a regresar, iniciando una segunda ronda de estas dietas de sube y baja.

La experiencia de Marta es típica de la de los participantes en varios experimentos de control de peso, incluyendo uno de Jannet Sonne y Dean Janoff (1979). Al igual que ocurrió con Marta, a la mitad de los participantes se les condujo a atribuir el cambio en su conducta alimentaria al programa. A los otros se les condujo a acreditarlo a sus propios esfuerzos. Ambos grupos perdieron peso durante el programa. Pero cuando se les volvió a pesar 11 semanas después, los que participaron en la condición que acreditaba el resultado a sus propios esfuerzos habían mantenido mejor la pérdida de peso. Estas personas, como aquellos en el estudio del hombre tímido que conoce

mujeres y que describimos antes, ilustran los beneficios de la autoeficacia. Al haber aprendido a afrontar la situación con éxito y creer que *ellos lo lograron*, se sintieron más confiados y fueron más eficientes.

Luego de resaltar que se puede lograr el cambio en los patrones de comportamiento y de pensamiento, haríamos bien en recordarnos los límites. El entrenamiento en habilidades sociales y el pensamiento positivo no pueden transformarnos en triunfadores consistentes a quienes siempre se ama y admira. Seguirán pasando cosas malas y la depresión, soledad y timidez temporales son respuestas perfectamente apropiadas ante los sucesos negativos. Cuando esos sentimientos existen de manera crónica y sin ninguna causa discernible es cuando existen razones de preocupación y una necesidad de cambiar los pensamientos y conductas contraproducentes.

USO DE LA PSICOTERAPIA COMO INFLUENCIA SOCIAL

Los psicólogos aceptan cada vez más la idea de que la influencia social (que una persona afecte a otra) es el punto central de la terapia. Stanley Strong (1991) ofreció un ejemplo prototípico: una mujer de treinta y tantos años llega con un terapeuta diciéndole que se siente deprimida. El terapeuta sondea amablemente sus sentimientos y su situación. La mujer explica su indefensión y las demandas de su marido. Aunque admira su devoción, el psicoterapeuta le ayuda a percatarse de la manera en que asume la responsabilidad de los problemas de su marido. Ella protesta, pero el terapeuta persiste. Con el tiempo, ella se da cuenta de que es posible que su marido no sea tan frágil como ella suponía. Empieza a darse cuenta de que puede respetar tanto a su marido como a sí misma. Junto con el terapeuta, planea estrategias para cada nueva semana y al final de una larga cadena de influencias recíprocas entre terapeuta y paciente, la mujer deja de sentirse deprimida y sale equipada con nuevas maneras de comportarse.

Los análisis de la influencia psicoterapéutica se han enfocado en el modo en que los terapeutas establecen de manera verosímil su destreza y confiabilidad, en cómo su credibilidad aumenta su influencia y en cómo la interacción afecta el pensamiento de su paciente (McNeill y Stoltenberg, 1988; Neimeyer et al., 1991; Strong, 1968). Las señales periféricas, como la credibilidad del terapeuta, pueden abrir la puerta a las ideas que ahora el terapeuta puede lograr que su paciente piense. Pero la ruta central reflexiva hacia la persuasión produce el cambio más duradero en actitudes y conductas. En consecuencia, los terapeutas no deberían enfocarse en provocar que el paciente coincida superficialmente con su juicio experto, sino en ayudarles a cambiar su propio pensamiento.

Por fortuna, la mayoría de los pacientes que ingresan a psicoterapia están motivados a tomar la ruta central: a pensar de manera profunda en sus problemas bajo la orientación del terapeuta. La tarea del psicoterapeuta es ofrecer argumentos y plantear preguntas que provoquen los pensamientos favorables. Los discernimientos del terapeuta importan menos que los pensamientos que evoca en el paciente. Las preguntas como "¿cómo responde a lo que le acabo de decir?" pueden estimular el razonamiento del paciente.

Martin Heesacker (1989) ilustró la forma en que un terapeuta puede ayudar a un paciente a reflexionar, a través del caso de Dave, un estudiante de posgrado de 35 años. Después de ver lo que Dave negaba (un problema subyacente con abuso de sustancias) el psicólogo se enfocó en su conocimiento acerca del paciente, una persona intelectual a la que le gustaba la evidencia concreta, para persuadirle de aceptar el diagnóstico e integrarse a un grupo de apoyo del tratamiento. El orientador le dijo: "muy bien, si mi diagnóstico no es correcto, estaré encantado de cambiarlo. Pero revisemos una lista de las características de la persona que abusa de sustancias para verificar la precisión de mi diagnóstico". Entonces, el orientador revisó lentamente cada criterio, dándole tiempo a Dave para que meditara en cada elemento. Al terminar, Dave se echó atrás en su asiento y exclamó: "no lo puedo creer: soy un maldito alcohólico".

En su obra de 1620 titulada *Pensamientos*, el filósofo Pascal predijo este principio: "en general, la gente se convence más por razones que descubre por sí misma que por aquellas descubiertas por otros". Este es un principio que vale la pena recordar.

EN RESUMEN: ¿Cuáles son algunos de los enfoques psicosociales del tratamiento?

- Los cambios en el comportamiento externo pueden activar el cambio interno.
- Un círculo contraproducente de actitudes y conductas negativas puede romperse a través del entrenamiento en comportamientos más hábiles, mediante experiencias positivas que alteren las autopercepciones y a través del cambio de los patrones negativos de pensamiento.
- Los estados corregidos se pueden mantener mejor luego del tratamiento si las personas atribuyen su mejoría a factores internos bajo su continuo control, en lugar de al programa de tratamiento en sí.
- Los profesionales de la salud mental, auxiliados por su imagen de comunicadores expertos y confiables, también están reconociendo que cambiar las actitudes y comportamientos de sus pacientes requiere de persuasión que estimule el razonamiento más sano al ofrecer argumentos convincentes y plantear preguntas.

¿CÓMO APOYAN LAS RELACIONES SOCIALES LA SALUD Y EL BIENESTAR?

Identifique la evidencia que sugiere que las relaciones cercanas y de apoyo (sentirse querido, reconocido y alentado por familiares y amigos íntimos) predicen tanto la salud como la felicidad.

Nuestras relaciones están cargadas de estrés. "El infierno son los demás", escribió Jean-Paul Sartre. Cuando Peter Warr y Roy Payne (1982) preguntaron a una muestra representativa de adultos británicos si cualquier cosa les había provocado tensiones emocionales el día anterior, la "familia" fue su respuesta más frecuente. Y como hemos visto, el estrés agrava los problemas de salud, como la cardiopatía coronaria, la hipertensión y la supresión de nuestro sistema inmunitario que lucha contra las enfermedades.

Aun así, en conjunto, las relaciones estrechas tienen más probabilidad de conducir a la salud y la felicidad que a la enfermedad. Al preguntársele qué había provocado momentos de placer el día anterior, la misma muestra británica respondió de nuevo, y por un margen todavía mayor, que había sido "la familia". Las relaciones cercanas nos causan nuestras mayores penas, pero también nuestras mayores dichas. Como animales sociales, las personas necesitan de otras personas.

RELACIONES CERCANAS Y SALUD

Extensas investigaciones, cada una de las cuales ha entrevistado a miles de personas a lo largo de los años, llegan a una conclusión común: las relaciones cercanas predicen la salud (Berkman, 1995; Pantell et al., 2013; Ryff y Singer, 2000). En un compendio de 148 estudios de todo el mundo, los investigadores encontraron que los contactos sociales predecían una vida más extensa. Aquellos con amplios lazos sociales tenían tasas de supervivencia (a lo largo de un periodo promedio de 7.5 años por estudio) de manera aproximada 50% mayores que aquellos con lazos menores (Holt-Lunstad et al., 2010). Los individuos socialmente aislados, que viven solos o que son solitarios tienen de 30 a 70% más de probabilidades de morir en forma prematura (Holt-Lunstad et al., 2015; Smith et al., 2018). "Se necesita todo un pueblo para criar a un centenario —señaló Susan Pinker (2014)—. La longevidad es un deporte de equipo".

En 139 países de todo el mundo, las personas que "tienen amigos o familiares con los que pueden contar" también tienen mucho más probabilidad de informar estar satisfechos con su salud personal (Kumar et al., 2012). En los experimentos, las personas muy sociables son incluso menos susceptibles a los virus de resfriado (Cohen et al., 1997, 2003; **figura 14.6**). (Si se está preguntando cómo se hizo este estudio, la gente se prestó como voluntaria para que se le rociara en la nariz

La necesidad de pertenencia, de tener relaciones sociales estrechas, es una motivación humana fundamental relacionada con la salud (Baumeister y Leary, 1995).
©Monkey Business Images/Shutterstock

una solución que contenía un virus de resfriado, y luego los investigadores observaron quién se enfermó y quién no en el curso de los siguientes días).

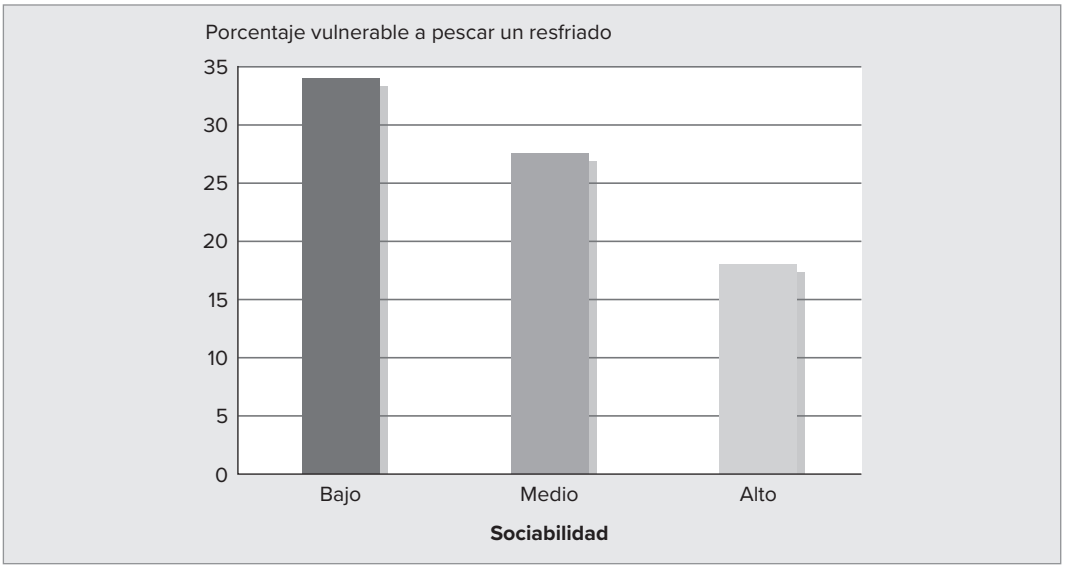
Del mismo modo, las personas casadas tienden a tener vidas más sanas y longevas que sus pares no casados. El National Center for Health Statistics (2004) informa que las personas, sin importar su edad, sexo, raza e ingresos, tienden a ser más sanas si están casadas. Vivir solo, que es más común entre los solteros, es uno de los principales factores de predicción de la soledad (Lasgaard et al., 2016). Los individuos casados experimentan menor dolor debido a cefaleas y dolor de espalda, sufren menos estrés, y fuman y beben menos. Un experimento sometió a mujeres casadas a la amenaza de choques eléctricos en las pantorrillas mientras estaban acostadas en una máquina de resonancia magnética funcional (fMRI) del cerebro (Coan et al., 2006). Mientras tanto, unas de las mujeres tomaban la mano de sus maridos, otras tomaban la mano de una persona desconocida y otras más no tomaban la mano de nadie. Mientras esperaban los choques, el área cerebral que responde a las amenazas estuvo menos activa si estaban tomando la mano de su marido. Consistente con los hallazgos de que los matrimonios felices en los que existe apoyo son conducentes a la salud (De Vogli et al., 2007), el beneficio tranquilizador de tomar la mano era mayor para aquellas que informaron sobre los matrimonios más felices.

Más que el matrimonio en sí, es la *calidad* marital la que predice la salud. Un estudio encontró que, para los 50 años de edad, el buen matrimonio de una persona predecía mejor un envejecimiento más sano que las concentraciones bajas de colesterol (Vaillant, 2002). Y el divorcio aumenta el riesgo de problemas de salud, como quedó en evidencia en 32 estudios con 6.5 millones de personas (Sbarra et al., 2011). Un resumen reciente de toda la investigación disponible concluyó que la asociación entre la calidad del matrimonio y la salud física "es similar en magnitud a las asociaciones entre comportamientos sanos o (dieta, actividad física) y resultados de salud" (Robles, 2015; Robles et al., 2014). Es más, con el tiempo, la calidad del matrimonio predice la salud futura (en lugar de ser a la inversa).

Pero, ¿por qué? ¿Qué factores intervienen y explican un efecto de la calidad del matrimonio sobre la salud? Theodore Robles y otros ofrecen algunas posibilidades:

- Mediadores *biológicos*: nuestros sistemas cardiovascular, hormonal e inmunitario responden negativamente a las tensiones maritales (Uchino et al., 2014). En contraste, el apoyo social nos tranquiliza y reduce el estrés (Hostinar et al., 2014).

FIGURA 14.6
Tasa de resfriados según sociabilidad
Después de una inyección de un virus del resfriado común, las personas muy sociables fueron menos vulnerables a desarrollar resfriados.
Fuente: Cohen et al., 2003.



- Mediadores *sociocognitivos*: la manera en que los cónyuges piensan uno del otro influye en su control emocional, su ansiedad y tristeza.
- Mediadores *de salud*: el apoyo social promueve alimentación más sana y mejor sueño, en tanto que la tensión marital aumenta la alimentación poco sana y el uso de sustancias.

Proporcionar apoyo social también ayuda. En un estudio de cinco años con 423 parejas casadas de ancianos, aquellos que dieron el mayor apoyo social (desde aventones y mandados para amigos y vecinos hasta apoyo emocional de su cónyuge) disfrutaban de mayor longevidad, incluso luego de controlar edad, sexo, salud inicial y nivel socioeconómico (Brown et al., 2003). Un estudio finlandés que dio seguimiento a las enfermedades de más de 700 personas señala que, en especial entre las mujeres, es mejor dar que solo recibir (Väänänen et al., 2005).

Es más, la pérdida de lazos sociales incrementa el riesgo de enfermedad:

- Un estudio finlandés con 96 000 viudos recientes encontró que su riesgo de muerte se duplicó en la semana posterior a la muerte de su pareja (Kaprio et al., 1987). Algunos le llaman el "síndrome del corazón roto".
- Un estudio de la National Academy of Sciences reveló que las personas que han enviudado recientemente se vuelven más vulnerables a la enfermedad y la muerte (Dohrenwend et al., 1982).
- Un estudio con 30 000 hombres reveló que cuando termina un matrimonio, los hombres beben y fuman más, y comen menos verduras y más alimentos fritos (Eng et al., 2001).

Confidencias y salud

"La amistad es el antídoto soberano contra todas las calamidades".

—Séneca, 5 a. C.-65 d. C.

Así que existe un vínculo entre el apoyo social y la salud. ¿Por qué? Quizá aquellos que disfrutan de relaciones estrechas comen mejor, se ejercitan más, y fuman y beben menos. Tal vez los amigos y familiares ayudan a fomentar nuestra autoestima. Quizá una red de apoyo nos ayuda a evaluar y superar los acontecimientos estresantes (Taylor et al., 1997). En más de 80 estudios, el apoyo social se ha relacionado con un mejor funcionamiento de los sistemas cardiovascular e inmunitario (Uchino et al., 1996). Por ende, cuando nos hiere el desagrado de alguien o la pérdida de un empleo, el consejo, la ayuda y el consuelo de un amigo sí puede ser una buena medicina (Cutrona, 1986; Rook, 1987). Incluso cuando no se menciona el problema, los amigos nos proveen distracción y una sensación de aceptación, cariño y respeto.

A alguien a quien consideramos un amigo cercano es posible que incluso le confiemos los sentimientos dolorosos. En un estudio, James Pennebaker y Robin O'Heeron (1984) se comunicaron con los cónyuges sobrevivientes de víctimas de suicidios o accidentes de automóvil. Aquellos que soportaron su pena a solas tuvieron más problemas de salud que quienes la expresaron abiertamente. Cuando Pennebaker (1990) encuestó a más 700 universitarias, encontró que 1 de cada 12 informó sobre una experiencia sexual traumática en la infancia. En comparación con mujeres que habían experimentado traumas no sexuales, como la muerte o divorcio de sus padres, las mujeres que sufrieron abuso sexual informaron más dolores de cabeza, trastornos estomacales y otros problemas de salud, *en especial si habían mantenido en secreto su historial de abuso*.

Para aislar el lado confesional y de confidencia de las relaciones cercanas, Pennebaker pidió a los cónyuges en proceso de duelo que relataran los sucesos angustiantes que los atormentaban. Aquellos a los que primero se les pidió que describieran un suceso trivial se mostraron físicamente tensos. Continuaron tensos hasta que contaron sus problemas, luego de lo cual se relajaron. Escribir sobre traumas personales en un diario también parece ayudar. Cuando los voluntarios de otro experimento lo hicieron, presentaron menos problemas de salud durante los siguientes seis meses. Un participante explicó: "aunque no he hablado con nadie acerca de lo que escribí, al final pude lidiar con ello, trabajar el dolor en lugar de tratar de bloquearlo. Ahora no me duele pensar en ello" Aunque se trate solo de "hablar con mi diario" e incluso si se escribe sobre los propios sueños y metas vitales a futuro, resulta útil ser capaz de hacer esas confidencias (Burton y King, 2008; Lyubomirsky et al., 2006). En un experimento, la terapia de escritura fue tan eficaz para 633 víctimas de trauma como la psicoterapia (van Emmerick et al., 2013). En la vida cotidiana, las revelaciones personales, cuando son públicas y se hacen a personas comprensivas, resultan sanadoras (Kelly y Macready, 2009).

Pobreza, desigualdad y salud

Ya vimos la relación entre la salud y un estilo explicativo positivo. Y hemos visto las relaciones entre salud y apoyo social. El pensamiento positivo y el apoyo, junto con la atención médica y los

Riqueza y salud. Un artículo del *Scotsman* publicado en 2008 ilustró la impresionante disparidad en esperanza de vida entre la zona de bajos ingresos de Calton, en el lado este de Glasgow, y la acaudalada Lenzie, a 13 kilómetros de distancia.
©Spindrift Photo Agency

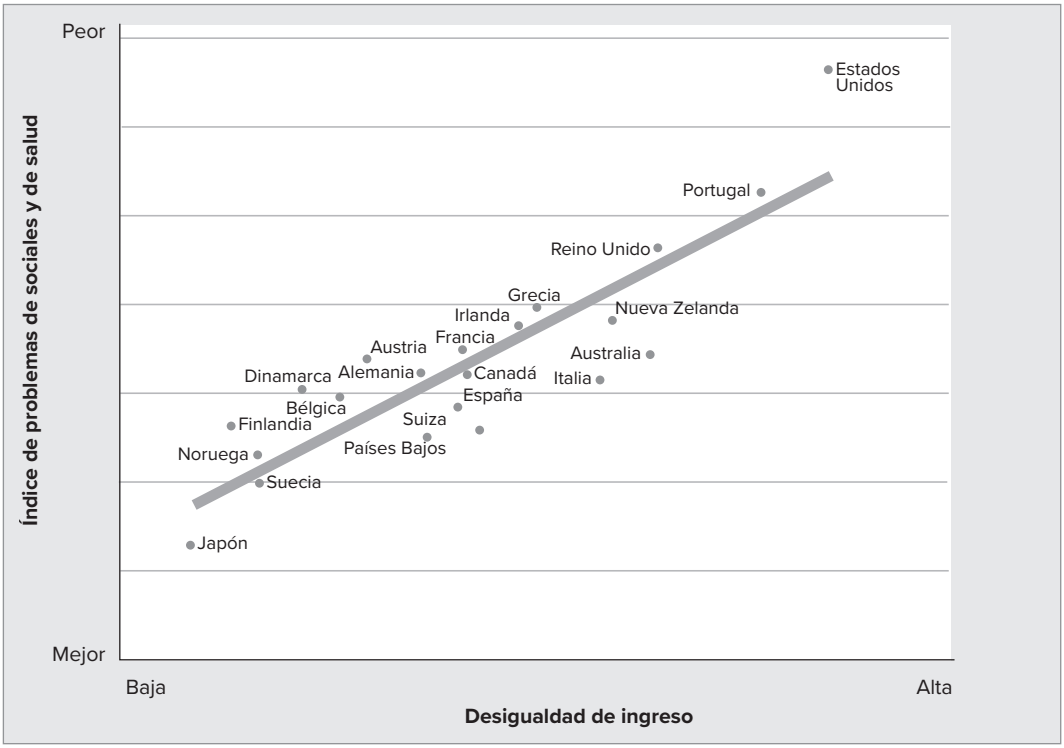
factores nutricionales, ayudan a explicar por qué el estatus socioeconómico se correlaciona con la longevidad. En Escocia, Estados Unidos, Canadá y en otros sitios, las personas más pobres tienen mayor riesgo de muerte prematura (Wilkinson y Pickett, 2009). En un estudio longitudinal a 23 años, las mujeres que vivían en vecindarios pobres tuvieron una probabilidad 39% mayor de morir de cáncer que aquellas en áreas de más altos recursos (Marcus et al., 2017). A los 55 años de edad, un estadounidense rico con un ingreso entre el 10% superior tiene una esperanza de vida diez años mayor que un estadounidense pobre en el decil más bajo de ingresos (Zumbrum, 2014). La pobreza predice la muerte. La riqueza predice la salud.

La correlación entre pobreza y mala salud puede ir en ambos sentidos. La mala salud no es buena para los ingresos. Pero la mayoría de la evidencia indica que la flecha corre de pobreza a poca salud (Major et al., 2013; Sapolsky, 2005). Entonces, ¿*cómo* es que la pobreza "nos infecta"? Las respuestas incluyen: (a) menor acceso a atención médica de calidad, (b) estilos de vida menos sanos (el tabaquismo es mucho más común entre personas con bajo nivel educativo y menores ingresos) y, a un grado asombroso, (c) aumento en el estrés. Ser pobre es estar en riesgo de mayor estrés, emociones negativas y un ambiente tóxico (Adler y Snibbe, 2003; Chen, 2004; Gallo y Matthews, 2003). La pobreza representa con más frecuencia que exista privación de sueño después de trabajar en dos empleos, obtener salarios que no cubren las necesidades, trasladarse en vehículos hacinados de transporte público, vivir en áreas con alta contaminación y hacer trabajos físicamente intensos bajo supervisión de alguien más.

Las personas también mueren más jóvenes en regiones con grandes desigualdades de ingresos (Kawachi et al., 1999; Lynch et al., 1998; ver **figura 14.7**). Las personas en Gran Bretaña y Estados

FIGURA 14.7

Los problemas sociales y de salud física son mayores en países con elevadas desigualdades de ingresos. Este índice de problemas de salud es una combinación de menor esperanza de vida, mortalidad infantil, obesidad, maternidad adolescente, enfermedad mental, encarcelamiento y menores niveles de alfabetización, confianza social y movilidad social.
Fuente: Wilkinson y Pickett, 2011.



Unidos tienen mayores disparidades de ingresos y menor esperanza de vida que las personas en Japón y Suecia. Dentro de Estados Unidos, los estados y ciudades con mayor desigualdad de ingresos tienen tasas más altas de muerte por suicidio y cardiopatías, donde cada 250 dólares gastados en prestaciones sociales y educación se relaciona con una reducción de 1.6 puntos porcentuales en muertes por cardiopatía (Kim, 2016). Donde la desigualdad ha aumentado en la última década, como en Europa Oriental y Rusia, la esperanza de vida se encuentra en la parte inferior del sube y baja. Desde el 2000, a medida que la desigualdad de ingresos continúa aumentando en Estados Unidos, las muertes durante la mediana edad aumentaron entre los estadounidenses blancos; al mismo tiempo, disminuyeron en países con menor diferencia de ingresos, como Suecia y Canadá. Muchas de estas muertes adicionales se debieron a suicidio y sobredosis por drogas (Case y Deaton, 2015).

¿La desigualdad es simplemente un indicador de mayor pobreza? La evidencia contradictoria indica que la pobreza es importante, pero también la desigualdad. John Lynch y sus colaboradores (1998, 2000) informan que las personas de todos los niveles de ingresos tienen mayor riesgo de muerte prematura si viven en una comunidad con grandes desigualdades de ingresos. Lo que resulta tóxico no es solo ser pobre, sino también *sentirse* pobre en relación con el propio entorno. Robert Sapolsky (2005) sugiere que eso ayuda a explicar por qué Estados Unidos, que tiene la mayor desigualdad de ingresos en los países occidentales, se ha colocado simultáneamente como el número uno en el mundo en gastos de atención médica, al tiempo que tiene el sitio 29 en esperanza de vida.

RELACIONES CERCANAS Y FELICIDAD

Desahogarse de los sentimientos dolorosos es bueno no solo para el cuerpo, sino también para el alma. Esa es la conclusión de los estudios que muestran que las personas son más felices cuando tienen el apoyo de una red de amigos y familiares.

Algunos estudios, que se resumen en el capítulo de "El yo en el mundo social", comparan a personas en una cultura competitiva e individualista, como Estados Unidos, Canadá y Australia, con aquellas de culturas colectivistas, como Japón y muchos países en desarrollo. Las culturas individualistas ofrecen independencia, privacidad y orgullo de los logros personales. Las culturas colectivistas, con sus lazos sociales más estrechos, ofrecen protección contra la soledad, enajenación, divorcio y enfermedades relacionadas con el estrés.

Amistad y felicidad

"¡Pobre del que está solo y se cae, sin tener a nadie que lo levante!".

—Eclesiastés 4:10b

Otros estudios comparan a los individuos que tienen pocas o muchas relaciones estrechas. Tener vínculos con amigos con quienes se pueden compartir pensamientos íntimos tiene dos efectos, que ya señalaba el filósofo del siglo XVII, Francis Bacon: "redobla las alegrías y reduce las penas a la mitad". El National Opinion Research Center preguntó a los estadounidenses: "en retrospectiva sobre los últimos seis meses, ¿quiénes son las personas con las que discutió asuntos importantes para usted?" y, en apariencia a partir de las respuestas, se puede señalar que, comparados con quienes podían nombrar cinco o seis personas íntimas, aquellos que no podían nombrar a alguien de ese tipo tuvieron una probabilidad dos veces mayor de informar "no ser muy felices".

Otros hallazgos confirman la importancia de las redes sociales (del tipo que se tiene en persona, no en línea). Los adolescentes más felices son aquellos que pasan más tiempo que el promedio en interacciones frente a frente con sus amigos, y menos tiempo que el promedio en redes sociales (Twenge et al., 2018). En un estudio longitudinal sobre usuarios de Facebook, aquellos que interactuaban frente a frente con sus amigos informaron después sentirse más felices, pero quienes pasaban más tiempo en Facebook dijeron sentirse menos felices (Shakya y Christakis, 2017). Los amigos en la vida real traen muchos beneficios; los amigos en Facebook quizá no.

Relación matrimonial y felicidad

"El sol no ilumina cosa alguna que sea ni la mitad de buena que un hogar donde la risa se comparte alrededor de la mesa".

—C. S. Lewis, *Membresía*, 1949

Para los cerca de 9 de cada 10 personas que están casadas o que se casarán a la larga, un ejemplo principal de relación cercana es el matrimonio. ¿Este se correlaciona positivamente con la felicidad? ¿O existe más felicidad en la vida de búsqueda del placer de la soltería que en la "servidumbre", "cadenas" y "yugo" del matrimonio?

Una montaña de datos revela que la mayoría de la gente es más feliz cuando está en una relación que cuando no lo está. Encuesta tras encuesta con muchas docenas de miles de europeos y estadounidenses han producido un resultado consistente: en comparación con los solteros o viudos, y

en especial en comparación con los divorciados o separados, los individuos casados informan ser más felices y estar más satisfechos con la vida (Gove et al., 1990; Inglehart, 1990). Por ejemplo, en las encuestas del National Opinion Research Center con más de 50 000 estadounidenses desde 1972, 23% de los adultos que nunca han estado casados, pero 40% de los adultos casados, han informado ser "muy felices". Las parejas lésbicas también informan mayor satisfacción que aquellos que no tienen pareja (Peplau y Fingerhut, 2007). Existen muchas formas de satisfacer la necesidad humana de pertenencia (DePaulo, 2006). No obstante, existen pocos factores más fuertes de predicción de la felicidad que la compañía cercana, enriquecedora, equitativa, íntima y duradera de una pareja amorosa.

Sin embargo, más importante que estar casado es la calidad del matrimonio. Las personas que dicen que sus matrimonios son satisfactorios, que siguen enamorados de su pareja, rara vez informan sentirse infelices, descontentos con la vida o deprimidos (Robles, 2015). Por fortuna, la mayoría de las personas casadas *declaran* que sus matrimonios son felices. En las encuestas del National Opinion Research Center, casi dos tercios dicen que sus matrimonios son "muy felices". Tres de cada cuatro señalan que sus cónyuges son sus mejores amigos. Cuatro de cada cinco personas indican que se casarían de nuevo con la misma persona. En consecuencia, la mayoría de tales personas se sienten bastante felices con la vida en general.

¿Por qué los casados por lo general son más felices (al igual que más sanos)? ¿El matrimonio promueve la felicidad o la felicidad promueve el matrimonio? ¿Las personas felices son más atractivas como parejas matrimoniales? ¿Es más frecuente que los individuos depresivos permanezcan solteros o atraviesen por un divorcio (**figura 14.8**)? Seguramente es más divertido estar con personas felices. Son más extravertidas, confiadas, compasivas y enfocadas en los demás (Myers, 1993). Como ya indicamos, las personas infelices sufren más a menudo el rechazo social. Es frecuente que la depresión detone el estrés marital, que profundiza la depresión (Davila et al., 1997). De modo que la gente positiva y feliz sí forma relaciones felices con mayor facilidad.

Pero "la opinión prevaleciente de los investigadores", informó el sociólogo de Oslo Arne Mastekaasa (1995), es que la conexión entre matrimonio y felicidad se "debe principalmente" a los efectos benéficos del matrimonio. Por ejemplo, un equipo de la Universidad Rutgers, que dio seguimiento a 1 380 adultos de Nueva Jersey durante 15 años, coincide (Horwitz et al., 1997). La tendencia de las personas casadas a estar menos deprimidas ocurre incluso después de controlar la felicidad premarital.

El matrimonio aumenta la felicidad por dos razones por lo menos. Primero, las personas casadas tienen mayor probabilidad de disfrutar de una relación duradera, de apoyo e íntima, y menor probabilidad de sufrir soledad. No es sorprendente que los estudiantes de medicina varones en el estudio de Robert Coombs en la UCLA hayan sobrevivido la facultad de medicina con menos estrés y ansiedad si estaban casados (Coombs, 1991). Un buen matrimonio proporciona un compañero confiable, un amante y un amigo para cada miembro de la pareja.

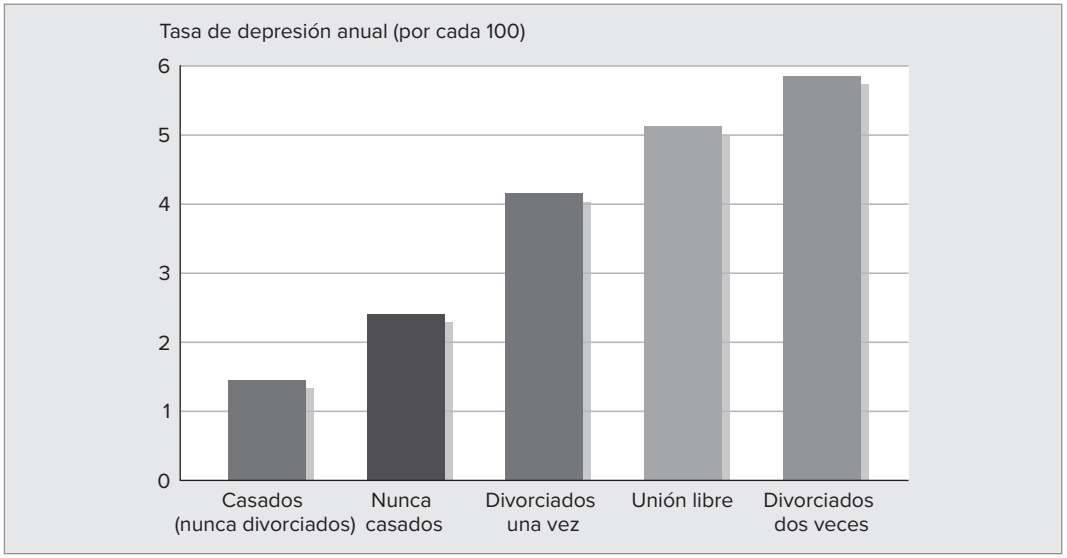


FIGURA 14.8
Estado marital y depresión
Una encuesta del National Institute of Mental Health acerca de los trastornos psicológicos encontró que las tasas de depresión eran de dos a cuatro veces mayores en adultos no casados.
Fuente: Datos de Robins y Regier, 1991, p. 72.

Existe una segunda y más común razón por la que el matrimonio promueve la felicidad, o por lo menos amortigua la desgracia. El matrimonio ofrece los papeles de cónyuge y padre, que pueden ser fuentes adicionales de autoestima e identidad social. Nuestros circuitos pueden sobrecargarse, y de hecho lo hacen. Sin embargo, cada rol también provee recompensas, estatus, vías para enaltecerse y escapar del estrés que enfrentamos en otras partes de nuestra vida. Un yo que tiene muchas identidades es como una mansión con muchas habitaciones. Cuando una de las alas del Castillo de Windsor se incendió, la mayoría del castillo se salvó, lo cual permitió que la realeza y los turistas siguieran disfrutándolo. Cuando nuestra identidad personal se afianza sobre varias piernas, también puede mantenerse a pesar de la pérdida de cualquiera de ellas. Si [DM y JT] metemos la pata en el trabajo, bueno, podemos decirnos que seguimos siendo buenos cónyuges y padres, y que, en última instancia, estas partes de nuestras identidades son las que más importan.

EN RESUMEN: ¿Cómo apoyan las relaciones sociales a la salud y el bienestar?

- La salud y la felicidad están influenciadas no solo por la cognición social, sino también por las relaciones sociales. Las personas que disfrutan de relaciones estrechas, de apoyo, tienen menor riesgo de enfermedad y muerte prematura. Tales relaciones ayudan a la gente a afrontar el estrés, en especial al permitir que compartan sus emociones íntimas.
- Las relaciones cercanas también fomentan la felicidad. Las personas que tienen relaciones íntimas y de largo plazo con amigos y familiares afrontan mejor la pérdida e informan mayor felicidad. Por ejemplo, en comparación con los adultos que no están casados, los casados tienen mucha mayor probabilidad de informar que son felices y menor riesgo de depresión. Esto parece deberse tanto al mayor éxito social de las personas felices como al bienestar que ocasiona un compañero comprensivo.

POSDATA: Aumentar la felicidad

Hace varios años escribí [DM] un libro, *The Pursuit of Happiness*, que informaba los hallazgos principales de las nuevas investigaciones sobre la felicidad. Cuando los editores quisieron subtitularlo como *¿Qué hace feliz a la gente?* les advertí: esa no es una pregunta que pueda responder este libro ni ningún otro. Lo que hemos aprendido es simplemente qué se correlaciona con la felicidad y, por consecuencia, qué la predice. Así, al final el subtítulo final quedó como *¿Quién es feliz y por qué?*

Sin embargo, en las más de 400 entrevistas posteriores en los medios acerca de la felicidad, la pregunta más frecuente ha sido: "¿qué puede hacer la gente para ser feliz?". Sin afirmar ninguna fórmula fácil para alcanzar la salud y la felicidad, formulé 10 incisos basados en la investigación que sirven para meditar en ellos:

1. *Percátese de que la felicidad duradera no se obtiene de "hacerla en la vida"*. La gente se adapta a las circunstancias cambiantes, incluso a la riqueza o a una discapacidad. En consecuencia, la riqueza es como la salud: su completa ausencia engendra miseria, pero tenerla (en cualquier circunstancia que anhelemos) no garantiza la felicidad.
2. *Asuma el control de su tiempo*. Las personas felices se sienten en control de sus vidas, a menudo gracias a dominar su uso del tiempo. Es útil establecer metas y dividirlas en objetivos diarios. Aunque con frecuencia sobrestimamos cuánto lograremos en un día determinado (lo cual nos deja frustrados), en general subestimamos cuánto podemos lograr en un año, con base en un pequeño progreso todos los días.

3. *Actúe felizmente*. A veces podemos llevarnos a un estado mental a través de cómo actuamos. Al manipulárseles para que expresaran una sonrisa, las personas se sienten mejor, cuando fruncen el ceño, el mundo les responde de la misma manera. Así que ponga una cara sonriente. Hable como si tuviera una autoestima positiva, fuera optimista y extravertido. Actuar como si fuera cierto puede despertar las emociones.
4. *Busque actividades de trabajo y esparcimiento donde utilice sus habilidade*s. Es frecuente que las personas felices estén en una zona llamada de *flujo*: concentradas en una tarea que las desafía sin abrumarlas. Las formas más costosas de esparcimiento (sentarse en un yate) a menudo proveen menos experiencias de flujo que practicar jardinería, socializar o hacer artesanías.
5. *Únase al movimiento del "movimiento"*. Una avalancha de investigación revela que el ejercicio aeróbico no solo promueve la salud y la energía, sino que también es un antídoto para la depresión y ansiedad leves. La mente sana sí reside en un cuerpo sano.
6. *Concédale a su cuerpo el sueño que necesita*. Las personas felices llevan vidas activas y vigorosas, pero reservan tiempo para el sueño reparador y la soledad. Mucha gente sufre de una deuda de sueño, con la subsecuente fatiga, reducción del estado de alerta y ánimo melancólico.
7. *Dé prioridad a las relaciones cercanas*. Las amistades íntimas con personas que se preocupan profundamente por usted pueden ayudarle a sortear los tiempos difíciles. Sincerarse es bueno para el alma y el cuerpo. Decida nutrir sus relaciones más estrechas: *no* dando por sentados a aquellos más cercanos a usted, mostrándoles el tipo de amabilidad que le muestra a otros, reconociéndolos, compartiendo y jugando con ellos. Para rejuvenecer sus afectos, determine de tal manera *actuar* en forma amorosa.
8. *Enfoque más allá de sí mismo*. Entable contacto con aquellos que lo necesitan. La felicidad ayuda al comportamiento de ayuda (quienes se sienten bien, hacen el bien). Pero hacer el bien también nos hace sentir bien.
9. *Lleve un diario de gratitud*. Las personas que se detienen todos los días a reflexionar en algún aspecto positivo de sus vidas (su salud, amigos, familia, libertad, educación, sentidos, entorno natural y demás) experimentan un mayor bienestar.
10. *Nutra su yo espiritual*. Para muchas personas, la fe proporciona una comunidad de apoyo, una razón para enfocar más allá de sí mismas, y una sensación de propósito y esperanza. Estudio tras estudio se encuentra que las personas activamente religiosas son más felices y que pueden afrontar mejor las crisis.

Psicología social en los tribunales

CAPÍTULO

15

©Fuse/Corbis/Getty Images

“Un tribunal es un campo de batalla en el que los abogados compiten por las opiniones de los jurados”.

—James Randi, *Commentary: Science in the Courts,* 1999

El 9 de agosto de 2014, el oficial de policía Darren Wilson disparó y mató a Michael Brown, de 18 años de edad, en Ferguson Missouri. Las protestas pacíficas que se suscitaron a causa de la muerte de Brown pronto se acaloraron y Ferguson se vio envuelto en actos de violencia y disturbios. Toda la agitación giraba en torno a una misma pregunta: ¿Wilson tenía justificación para dispararle a Brown?

El gran jurado que se convocó en Ferguson en diciembre de 2014 no emitió una acusación formal contra Wilson, de modo que no se entabló una demanda penal en su contra. El caso involucró varios de los temas con los que tratan los estudios de la psicología social:

- Diferentes testigos presenciales ofrecieron narraciones diversas relacionadas con el comportamiento de Brown antes de que se le disparara. ¿Qué tan importantes

¿Qué tan confiable es el testimonio presencial?

¿Qué otros factores influyen en las decisiones de los jurados?

¿Qué influye en el jurado individual?

¿Cómo afectan las influencias grupales a los jurados?

Posdata: Pensamiento inteligente por medio de la ciencia psicológica

son las declaraciones de los testigos presenciales? ¿Qué tan confiable es el recuerdo de tales testigos? ¿Qué constituye un testigo confiable?

- Darren Wilson es blanco y Michael Brown era negro. ¿Qué impacto tienen la raza, el atractivo físico y el estatus social de las víctimas y de los acusados sobre las decisiones del jurado?
- El gran jurado estaba conformado por tres personas negras y nueve blancas; siete varones y cinco mujeres. ¿Las características de los jurados sesgan sus veredictos? y, si ese es el caso, ¿pueden los abogados utilizar la selección de los jurados individuales para inclinar a un jurado a su favor?
- Durante sus deliberaciones, ¿cómo influyen los miembros individuales del jurado unos sobre otros? ¿Puede una minoría ganar en contra de una mayoría? ¿Los jurados con doce miembros llegan a las mismas decisiones que los jurados de seis miembros?

Todas estas preguntas resultan fascinantes para abogados, jueces e imputados. Son preguntas para las que la psicología social puede sugerir respuestas; como lo reconocen las instituciones educativas en derecho al contratar profesores de "leyes y ciencias sociales" y como lo reconocen los abogados litigantes cuando contratan a psicólogos consultores.

Un tribunal puede concebirse como un mundo social en miniatura; como uno que magnifica los procesos sociales cotidianos con consecuencias importantes para todos los involucrados. En los casos penales, hay factores psicológicos que pueden influir en las decisiones relacionadas con el arresto, interrogatorio, enjuiciamiento, acuerdos de reducción de la pena, imposición de penas y libertad condicional. Sea o no que un caso llegue al fallo de un jurado, la dinámica social de la sala de justicia es importante. Por todo lo anterior, tomemos en cuenta dos conjuntos de factores: (1) el *testimonio presencial* y su influencia sobre los jurados y (2) las características de los jurados, como individuos y como grupos.

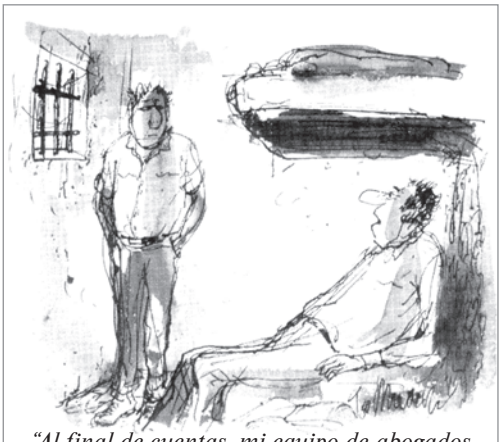
¿QUÉ TAN CONFIABLE ES EL TESTIMONIO PRESENCIAL?

Explique la precisión del testimonio presencial, su asociación (o falta de ella) con la confianza de los testigos, su contaminación por los efectos de la desinformación y las formas de aumentar la precisión de los testigos presenciales y de educar a los jurados.

A medida que se desarrolla la trama legal, los jurados escuchan el testimonio, se forman impresiones del imputado, escuchan las instrucciones del juez y emiten un fallo. Estudiemos estos pasos uno por uno, empezando por el testimonio presencial.

Aunque jamás se había metido en problemas con la ley, se condenó a Kirk Bloodsworth por agresión sexual y el asesinato de una niña de nueve años de edad después de que cinco testigos presenciales lo identificaron durante su juicio. Él mantuvo su inocencia a lo largo de sus dos años en el corredor de la muerte y otros siete bajo una sentencia a cadena perpetua. Después, los análisis de ADN comprobaron que el semen que se había encontrado en la ropa interior de la niña no le pertenecía. Después de que lo liberaran de prisión, siguió viviendo bajo una nube de sospechas hasta 2003, 19 años después de su condena, cuando las pruebas de ADN identificaron al asesino verdadero (Wells et al., 2006). La identificación errónea por parte de testigos confiados se encuentra en casi tres de cada cuatro casos de personas inocentes exoneradas por evidencia de ADN (Smalarz y Wells, 2015).

EL PODER DE LOS TESTIGOS PERSUASIVOS



"Al final de cuentas, mi equipo de abogados no pudo hacerle frente al equipo de testigos presenciales".

©Joseph Mirachi. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

Las anécdotas vívidas y los testimonios personales pueden ser enormemente persuasivos, a menudo mucho más que la información precisa, pero abstracta. No hay mejor manera de ponerle fin a una discusión que decir: "¡lo vi con mis propios ojos!".

La investigadora de la memoria, Elizabeth Loftus (1974, 1979a, 2011b) encontró que, en efecto, se creía a aquellas personas que habían "visto", incluso cuando se demostraba que su testimonio carecía de utilidad alguna. Cuando a algunos estudiantes se les presentó un caso hipotético de roboasesinato en el que había evidencia circunstancial, pero ninguna declaración por parte de testigos presenciales, solo 18% votaron a favor de una sentencia condenatoria. Otros estudiantes recibieron exactamente la misma información, pero con la adición de un solo testigo ocular. Ahora, al saber que alguien había declarado: "¡ese es el hombre!", 72% votó por que se le declarara culpable. En un tercer grupo, el abogado de la defensa desacreditó el testimonio presencial (el testigo tenía vista de 20/400 y no estaba usando sus lentes). ¿La desacreditación redujo el efecto del testimonio? En este caso en particular, no mucho; 68% siguió votando a favor de una sentencia condenatoria.

Experimentos posteriores revelaron que la desacreditación puede reducir un poco el número de votos a favor de la sentencia condenatoria (Whitley, 1987). Pero a menos que el testimonio presencial se vea contradicho por otro testigo ocular, la narración vívida del testigo será difícil de erradicar de las opiniones de los jurados (Leippe, 1985). Eso ayuda a explicar por qué, en comparación con los casos criminales que carecen de testimonio presencial, aquellos que cuentan con uno tienen muchas mayores probabilidades de producir fallos en contra del imputado (Visher, 1987).

Las imágenes cerebrales que se utilizan para la detección de mentiras siguen teniendo una validez muy relativa. Pero esta evidencia de aparente alta tecnología sigue pareciéndole creíble a los jurados (Gazzaniga, 2011; McCabe et al., 2011).

¿Los jurados son incapaces de descubrir el testimonio errado? Para averiguarlo, algunos investigadores escenificaron cientos de robos de una calculadora frente a testigos presenciales. Después, le pidieron a cada testigo que identificara al culpable a partir de una rueda de reconocimiento fotográfico. Otras personas, que representaron el papel de jurados, observaron el interrogatorio que se hizo a los testigos oculares y después valoraron su testimonio. ¿Se cree con menor frecuencia a los testigos presenciales equivocados que a aquellos que están siendo precisos? De hecho, se creyó a los testigos, tanto equivocados como precisos 80% de las veces (Wells et al., 1979). Esto llevó a que los investigadores especularan que "los observadores humanos no cuentan con capacidad alguna para discernir entre testigos oculares que hayan identificado a una persona inocente de manera incorrecta" (Wells et al., 1980).

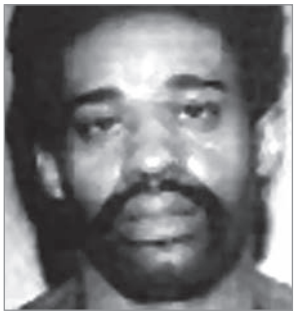
En un experimento de seguimiento, el robo escenificado a veces daba a los testigos la oportunidad de ver al ladrón de manera prolongada y a veces no. Los jurados les creyeron más a los testigos cuando las condiciones fueron más propicias. Pero incluso cuando las condiciones fueron tan deficientes que dos tercios de los testigos identificaron a una persona de manera errada, por lo común 62% de los jurados les creyeron a los testigos (Lindsay et al., 1981).

Otros experimentos posteriores encontraron que los jurados sienten mayor escepticismo respecto de los testigos presenciales cuya memoria de detalles triviales es deficiente; aunque la realidad es que ellos tendieron a ser los testigos *más acertados* (Wells y Leippe, 1981). Los jurados piensan que un testigo que puede recordar que había tres cuadros colgados en las paredes de una habitación "en realidad debe haber estado prestando atención" (Bell y Loftus, 1988, 1989). La realidad es que aquellos que prestan atención a los detalles circundantes son los que *menores* probabilidades tienen de prestar atención a la cara del delincuente.

El poder persuasivo de tres testigos presenciales envió a James Newsome, habitante de Chicago que jamás había sido arrestado antes, a cadena perpetua por abatir, supuestamente, a tiros al dueño de una tienda de conveniencia. Quince años después se le dejó en libertad cuando nuevas técnicas de toma de huellas dactilares revelaron que el verdadero culpable era Dennis Emerson, criminal de carrera que medía 7.62 cm más de estatura y tenía el cabello más largo (*Chicago Tribune*, 2002).

CUANDO LOS OJOS NOS ENGAÑAN

¿Es frecuente que el testimonio presencial sea impreciso? Abundan las narraciones de personas inocentes que se han consumido en la cárcel por años a causa de las declaraciones de testigos oculares que estaban por completo equivocados (Brandon y Davies, 1973; Doyle, 2005; Wells et al.,



Testigos oculares identificaron en forma errónea a James Newsome (izquierda), quien era inocente, al confundirlo con el verdadero culpable (derecha).
(ambas): *Fuente*: Illinois Department of Corrections

2006). De entre las primeras 250 condenas injustas derogadas por evidencia genética, 76% fueron condenas indebidas obtenidas por medio de testimonio presencial errado (Garrett, 2011a).

A fin de evaluar la precisión de los recuerdos de testigos presenciales, necesitamos saber sus tasas generales de aciertos y desaciertos. Una manera para que los investigadores obtengan dicha información es escenificando delitos comparados con aquellos que suceden en la vida diaria y pidiendo informes de los testigos presenciales.

A lo largo del último medio siglo, esto se ha hecho en repetidas ocasiones, a veces con resultados desconcertantes (Sporer, 2008). Por ejemplo, 141 estudiantes atestiguaron un "ataque" que se llevó a cabo en contra de un profesor de la Universidad Estatal de California en Hayward. Siete semanas después, cuando Robert Buckhout (1974) les pidió que identificaran al atacante de entre un grupo de seis fotografías, 60% eligió a una persona inocente.

"La certidumbre no es prueba de certeza".

—Oliver Wendell Holmes, *Collected Legal Papers*

No es de sorprender que los testigos presenciales de delitos verdaderos en ocasiones discrepen en cuanto a lo que vieron. Algunos estudios posteriores han confirmado que es más frecuente que los testigos oculares se sientan confiados de que están en lo correcto. En un estudio, algunos alumnos se sintieron, en promedio, 74% seguros de sus recuerdos posteriores de un visitante a su salón de clases, pero solo 55% estuvo en lo correcto (Bornstein y Zickafoose, 1999).

Tres estudios de ruedas de reconocimiento en vivo que se llevaron a cabo en Inglaterra y Gales exhibieron una notable consistencia. Alrededor de 40% de los testigos identificaron al sospechoso, mientras que otro 40% no logró hacer una identificación. A pesar de advertirles que la persona que habían visto podría no encontrarse en la rueda de reconocimiento, 20% eligió a una persona inocente (Valentine et al., 2003). Los testigos adultos jóvenes (contra personas adultas de mayor edad) y aquellos que habían visto al culpable por más de un minuto a una distancia de menos de cinco metros, también fueron más precisos que los testigos presenciales de mayor edad y que aquellos que habían visto al imputado más brevemente y desde una mayor distancia (Horry et al., 2014). Los testigos infantiles tienen mayores probabilidades de elegir a una persona inocente de la rueda de reconocimiento, en especial si el culpable no se encuentra en ella (Fitzgerald y Price, 2015).

A veces, el recuerdo de detalles de los testigos presenciales resulta impactante. Cuando John Yuille y Judith Cutshall (1986) estudiaron las narraciones de un asesinato que sucedió a media tarde en una transitada calle de Burnaby, Columbia Británica, encontraron que el recuerdo de los detalles por parte de los testigos oculares fue 80% preciso.

Para los jurados, los testigos confiados son los más creíbles (Wells et al., 2002, 2006). A menos de que su credibilidad se vea desmentida por un error evidente, los testigos confiados parecen más creíbles (Jules y McQuiston, 2013; Tenney et al., 2007). Los testigos confiados son un tanto cuanto más precisos, en especial si hacen una identificación veloz y confiada poco después del suceso (Sauer et al., 2010; Sauerland y Sporer, 2009). En 57% de los casos de exoneración por ADN que incluyeron testimonio presencial, los testigos oculares no estuvieron seguros de inicio (Garrett, 2011b). A los jurados también se les dificulta interpretar afirmaciones de confianza; por ejemplo, ¿qué significa "estoy bastante segura de que es él"? (Dodson y Dobolyi, 2015). Con todo y eso, el fenómeno de la confianza excesiva también afecta a los testigos. Bajo diversas condiciones, los testigos que se sienten de 90 a 100% seguros tienden a estar en lo correcto 75 a 90% del tiempo (Brewer y Wells, 2011).

Sin embargo, como lo señalan los psicólogos John Wixted y Gary Wells (2017), la confianza de los testigos presenciales *sí* predice la veracidad cuando la policía lleva a cabo ciertos procedimientos para la identificación inicial, como incluir a solo un sospechoso por cada rueda de reconocimiento y advertir al testigo que existe la posibilidad de que el delincuente pudiera no estar presente en ella. Bajo dichas circunstancias, los testigos que parecen tener confianza en sus juicios iniciales *sí* son más acertados (Wixted et al., 2015).

No obstante, si dichas condiciones no se satisfacen, una identificación incierta puede tornarse confiada, y a menudo imprecisa, para el momento en el que inicia el juicio al verse reforzada una y otra vez. Por ejemplo, decirle, "bien hecho, eligió al sospechoso correcto" aumenta la confianza de los testigos; incluso si eligieron a la persona incorrecta. Para el momento en que empieza el juicio, el testigo podría sentirse plenamente confiado en su juicio incorrecto (Smalarz y Wells, 2015; Steblay et al., 2014). Para evitar que los oficiales de policía influyan en la identificación o memoria de los testigos, el Departamento de Justicia de Estados Unidos ahora recomienda que se documente la confianza del testigo durante la identificación inicial y que el oficial que le muestre la rueda de reconocimiento al testigo no sepa cuál de ellos es el sospechoso (Johnson, 2017).

FIGURA 15.1
Las expectativas afectan la percepción
Las personas verán aquello que esperan en la siguiente imagen; una mujer joven o una vieja. ©New York Public Library/ Science Source

¿Qué puede causar la imprecisión en las identificaciones de los testigos oculares? Hay errores que se cuelan al interior de nuestras percepciones y recuerdos porque nuestras mentes no son grabadoras de video. Muchos errores son comprensibles, como lo revelan los experimentos de *ceguera al cambio* en los que las personas no logran descubrir que una persona inocente que entra a escena es diferente de otra persona que está saliendo de ella (Davis et al., 2008). Las personas son bastante buenas para reconocer una cara fotografiada cuando se les muestra la misma fotografía junto a una cara nueva. Pero a la investigadora Vicki Bruce (1998) le sorprendió descubrir que las diferencias sutiles en perspectivas, expresiones o iluminación "son difíciles de procesar para la visión humana". En parte, construimos nuestros recuerdos con base en lo que percibimos en el momento y en parte con base en nuestras expectativas, creencias y conocimientos actuales (**figura 15.1**).

Las poderosas emociones que acompañan atestiguar delitos y traumas pueden corromper todavía más los recuerdos de los testigos presenciales. En un experimento, algunos visitantes utilizaron monitores de frecuencia cardiaca mientras se encontraban en el Laberinto del Horror de la Mazmorra de Londres. Aquellos que exhibieron mayor emotividad fueron los que más tarde cometieron más errores al identificar a alguien con quien se habían topado (Valentine y Mesout, 2009).

Un estudio documentó los efectos del estrés sobre la memoria con más de 500 soldados en escuelas de supervivencia: campamentos de práctica para prisioneros de guerra en los que se entrena a los soldados a soportar la privación de alimentos y sueño en combinación con interrogatorios intensos y antagónicos que derivan en elevaciones de la frecuencia cardiaca y en una proliferación de las hormonas del estrés. Un día después de que se les liberara del campamento, cuando a los participantes se les pidió que identificaran a sus interrogadores intimidantes de entre 15 otras personas en una rueda de reconocimiento, solo 30% fueron capaces de hacerlo, aunque 62% logró identificar a un interrogador de bajo estrés. Así, concluyeron los investigadores, "a diferencia de la creencia popular de que la mayoría de las personas jamás olvidaría la cara de un individuo claramente visto que los hubiera confrontado y amenazado de manera física por más de 30 minutos, [muchos] fueron incapaces de identificar al perpetrador de manera correcta" (Morgan et al., 2004). Estamos en el máximo riesgo de evocaciones falsas con un nivel elevado de confianza en caras de personas de otra raza (Brigham et al., 2006; Meissner et al., 2005).

Las investigaciones también indican que las técnicas de interrogatorio "mejoradas" que utilizan la tortura son ineficaces (Vrij et al., 2017). En el caso de sospechosos de terrorismo no cooperativos, el interrogatorio brutal aumenta la resistencia, impide el recuerdo de información precisa y dificulta la detección de mentiras.

EL EFECTO DE LA DESINFORMACIÓN

¿Es posible crear recuerdos falsos? En un estudio de vanguardia sobre el tema, Elizabeth Loftus y colaboradores (1978) les enseñaron a estudiantes de la Universidad de Washington 30 diapositivas que mostraban las etapas sucesivas de un accidente que involucraba a un vehículo y a un peatón. Una de las diapositivas más cruciales mostraba a un Datsun rojo detenido frente a un letrero de alto total o de ceda el paso. Después, entre otras preguntas, se le preguntó a la mitad de los alumnos: "¿hubo algún otro automóvil que rebasara al Datsun rojo mientras estaba detenido frente al letrero de alto?". A la otra mitad de los alumnos le hicieron la misma pregunta, pero sustituyendo las palabras "letrero de alto" con "letrero de ceda el paso". Después, todos vieron las dos diapositivas que se muestran en la **figura 15.2** y recordaron cuál de ellos era el que habían visto con anterioridad. Aquellos a los que se les planteó la pregunta congruente con lo que habían visto antes acertaron en 75% de los casos. Aquellos a quienes se les había hecho la pregunta engañosa solo acertaron en 41% de los casos; pero con mucha frecuencia, negaron lo que habían visto en realidad y, en lugar de ello, ¡"recordaron" la imagen que jamás habían visto!

efecto de la desinformación
Incorporar la información incorrecta en el recuerdo que alguien tiene de un suceso después de verlo y de recibir la información engañosa relacionada con él.

Otros estudios de este **efecto de la desinformación** encontraron que después de hacerles preguntas sugerentes, los testigos podían creer que un semáforo en rojo en realidad había estado en verde o que un ladrón tenía un bigote cuando no era así (Loftus, 1979a, b, 2001). Al cuestionar a los

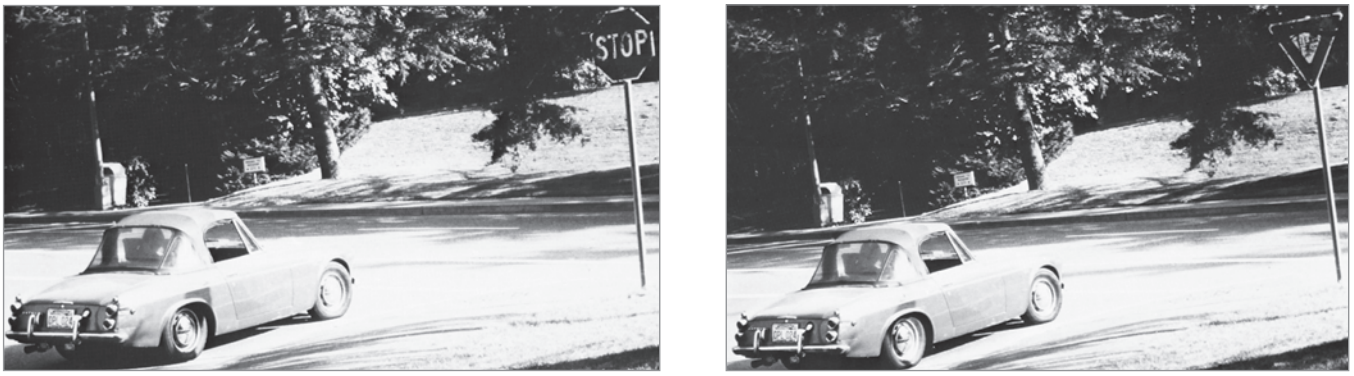


FIGURA 15.2

El efecto de la desinformación

Al mostrarles una de estas dos imágenes y después hacerles una pregunta que sugiere la presencia del letrero de la otra imagen, la mayoría de las personas "recordaron" el letrero que jamás vieron en realidad.

Fuente: de Loftus et al., 1978. (Fotos): cortesía de Elizabeth Loftus

testigos oculares, es frecuente que policías y abogados les planteen preguntas acordes a su propia comprensión de lo que en verdad sucedió. De modo que resulta inquietante descubrir la facilidad con la que los testigos incorporan la información engañosa en sus recuerdos, en especial cuando creen que el interrogador está bien informado, cuando se les muestra evidencia falsificada, cuando se repiten las preguntas sugerentes o cuando discuten la evidencia con otros testigos (Frenda et al., 2011; Wade et al., 2010; Wright et al., 2009; Zaragoza y Mitchell, 1996). Por fortuna el efecto de la desinformación puede reducirse advirtiendo al testigo, diciéndole en forma explícita que algún trozo de información era incorrecto ("no había un letrero de alto total") o sugiriendo que así podría ser ("el cadete de policía no tenía experiencia en la observación detallada de las escenas del crimen") (Blank y Launay, 2014; Echterhoff et al., 2005; Greene et al., 1982).

También resulta inquietante percatarnos de que estos recuerdos falsos puedan sentirse y parecer auténticos. Pueden ser tan convincentes como los recuerdos reales: convincentemente sinceros, pero con claridad equivocados. Esto es cierto en el caso de niños pequeños (que son en especial susceptibles a la desinformación), así como en el caso de los adultos. En un estudio, se le dijo a un grupo de niños una vez por semana, durante 10 semanas, "piensa con mucho cuidado y dime si esto te pasó alguna vez: ¿recuerdas haber ido al hospital con el dedo atrapado en la trampa para ratones?". De manera sorpresiva, cuando un adulto nuevo los entrevistó más adelante y les hizo la misma pregunta, 58% de los preescolares produjo recuerdos falsos y con frecuencia detallados del suceso ficticio (Ceci y Bruck, 1993a, b, 1995). Uno de los niños explicó cómo su hermano lo había empujado sobre una pila de maderos en el sótano, donde su dedo había quedado atrapado en la trampa. "Y después fuimos al hospital y mi mami y mi papi y Colin me llevaron allí en coche, al hospital en nuestra camioneta porque estaba muy lejos. Y el doctor me puso una venda en este dedo".

Dadas estas historias tan vívidas, algunos psicólogos profesionales se vieron engañados a menudo. No podían distinguir los recuerdos verdaderos de los falsos con ningún grado de confiabilidad; como tampoco podían hacerlo los niños. Al decirles que el incidente jamás había sucedido, algunos protestaron, "¡pero de veras que sí pasó! ¡Lo recuerdo!". Estos hallazgos plantean la posibilidad de que existan las acusaciones falsas, como aquellas en supuestos casos de abuso sexual en los que los recuerdos de los niños pudieron haberse visto contaminados por repetidos interrogatorios sugestivos y en donde no existen pruebas que corroboren los hechos. Si se utilizan preguntas sugestivas durante sus entrevistas, la mayoría de los niños en edad preescolar, así como muchos niños de mayor edad, producirán informes falsos, como el ver a un ladrón que robaba alimentos de su guardería diurna (Bruck y Ceci, 1999, 2004).

En otros estudios, se les pidió a alumnos universitarios que imaginaran sucesos infantiles, como romper una ventana o que una enfermera tomara una muestra de piel. Esto condujo a que 25% de ellos recordaran que el suceso imaginado realmente había sucedido (Garry et al., 1996; Mazzoni y Memom, 2003). Este *aumento de la imaginación* sucede, en parte, porque visualizar algo activa áreas semejantes del cerebro que al experimentarlas en realidad (Gonsalves et al., 2004). Imaginarlas ingresa la información incorrecta.

Los recuerdos falsos inducidos por la desinformación ofrecen una explicación para un fenómeno peculiar: *las confesiones falsas* (Kassin et al., 2010, 2018; Lassiter, 2010; Loftus, 2011a). De entre 250 casos estudiados con detalle en los que la evidencia de ADN exoneró a personas condenadas de manera injusta, 16% de ellos incluyeron confesiones falsas (Garrett, 2011b). Muchas de ellas fueron *confesiones obedientes*: hechas por personas que confesaron después de verse desgastadas y, a menudo, privadas de sueño ("si tan solo nos dices que le prendiste fuego a la casa por accidente más que a propósito, podrás irte a casa"). Otras fueron *confesiones internalizadas*: que aparentemente creyeron personas a las que se les desinformó. Las confesiones, incluso después de coaccionarse, pueden provocar una reacción en cadena dentro de un caso. La policía comete más errores con la evidencia y los testigos hacen más identificaciones erradas cuando el sospechoso confiesa (Kassin, 2014; Kassin et al., 2012). Sesenta por ciento de los jueces vota a favor de condenar a los sospechosos que hayan confesado, incluso si la confesión se dio bajo presión y la evidencia restante es deficiente (Wallace y Kassin, 2012). Es frecuente que las personas no puedan creer que alguien confesaría un delito que no haya cometido (Kassin, 2017).

Después de 43 horas de interrogatorio por parte de la policía italiana, las últimas ocho de las cuales se llevaron a cabo durante la noche sin que hubiera tomado alimentos ni agua, ni hubiera dormido, la estudiante estadounidense de intercambio, Amanda Knox, confesó haber asesinado a su compañera de cuarto, Meredith Kercher. Más tarde, se retractó y no se encontró evidencia física alguna que la vinculara con el crimen. Después de pasar cuatro años encarcelada en Italia, se le exoneró en 2011 y regresó a su hogar en Estados Unidos. ©AFP/Getty Images

Resulta tentador creer que las confesiones falsas les suceden a otras personas y que nosotros mismos jamás haríamos algo parecido. Las investigaciones sugieren lo contrario. En un experimento, los investigadores les informaron a los estudiantes que habían cometido un delito, como un ataque o un robo durante su adolescencia temprana (en realidad, ninguno de ellos había tenido contacto con la policía). Después de tres entrevistas en las que se utilizaron técnicas de mejoramiento de recuerdos tales como la visualización, un impactante 70% creyó que realmente había cometido el delito en cuestión (Shaw y Porter, 2015).

"Los testigos quizás deberían hacer un juramento más realista: '¿Jura usted decir la verdad, toda la verdad, o lo que sea que cree que recuerda?'".

—Elizabeth F. Loftus, "Memory In Canadian Courts of Law", 2003

RECUENTOS

Recontar eventos compromete a las personas con sus recuerdos, sean precisos o no. Un recuento preciso las ayuda a resistirse a las sugerencias engañosas posteriores (Bregman y McAllister, 1982). En otras ocasiones, mientras más contamos una historia, más nos convencemos de algo que es falso. Otro estudio pidió a los testigos que presenciaron un robo escenificado que ensayaran sus respuestas a preguntas antes de subir al estrado a dar su testimonio. Hacerlo aumentó la confianza de las personas que estaban erradas, lo que aumentó las probabilidades de que los jurados que escucharon su testimonio falso condenaran a un inocente (Wells et al., 1981).

Es frecuente que adaptemos lo que estamos diciendo para complacer a quienes nos escuchan. Y no solo eso, una vez que lo hacemos, empezamos a creer en el mensaje alterado. Imagine que está en un bar y que atestigua una discusión que termina en una pelea física donde una persona hiere a la otra. Después, la parte lesionada levanta una demanda. Antes del proceso judicial, el tranquilo abogado de una de las partes acude a entrevistarlo. ¿Sería posible que usted ajustara su testimonio un poco para dar la versión del incidente que apoye al cliente de este abogado? Y, si lo hiciera, ¿sus recuerdos posteriores durante el proceso se verían igualmente sesgados?

Blair Sheppard y Neil Vidmar (1980) informaron que la respuesta a ambas preguntas es sí. En la Universidad del Occidente de Ontario, les pidieron a algunos alumnos que sirvieran de testigos de una pelea, mientras otros interpretaban los papeles de abogados y jueces. Al verse entrevistados por los abogados del acusado, los testigos dieron un testimonio más favorecedor para este frente al juez. En un experimento de seguimiento, los testigos no eliminaron hechos importantes de su testimonio; simplemente cambiaron su tono de voz y su elección de palabras dependiendo de si pensaban que eran testigos para la defensa o para el demandante (Vidmar y Laird, 1983). Incluso esto fue suficiente para sesgar las impresiones de aquellos que escucharon su testimonio. De modo que no son solo las preguntas sugerentes que pueden distorsionar los recuerdos de los testigos presenciales, sino también sus propias conclusiones, que pueden verse en forma sutil ajustados

para adecuarse a su público. La manera en que los oficiales de policía y otros responden a las afirmaciones de los testigos también puede tener un impacto (vea Acercamiento a la investigación: Realimentación a los testigos).

REDUCCIÓN DE ERRORES

Una encuesta de profesionales británicos de procuración de justicia encontró que incluso los oficiales de policía experimentados albergan concepciones erróneas en cuanto a los interrogatorios y los recuerdos de testigos presenciales (Chaplin y Shaw, 2016). Dadas estas tendencias de propensión al error, ¿qué medidas constructivas pueden tomarse para aumentar la precisión tanto de los testigos oculares como de los jurados? El Departamento de Justicia de Estados Unidos reunió a un grupo de investigadores, abogados y oficiales de procuración de justicia para crear la *Eyewitness Evidence: A Guide for Law Enforcement* (Technical Working Group for Eyewitness Evidence, 1999; Wells et al., 2000). Sus sugerencias son equivalentes a muchas de las que aparecen en un análisis canadiense de procedimientos de identificación por parte de testigos oculares (Yarmey, 2003a). Incluyen formas para (a) capacitar a los entrevistadores policiacos y (b) gestionar las ruedas de identificación. Esta "ciencia forense de la mente" busca preservar, más que contaminar, el aspecto del recuerdo de la escena del crimen de los testigos presenciales.

Capacitación de entrevistadores policiacos

Cuando Ronald Fisher y colaboradores (1987, 1989, 2011) analizaron las grabaciones de entrevistas con testigos presenciales que llevaron a cabo experimentados detectives de policía de Florida, encontraron un patrón típico. Después de empezar con una pregunta abierta ("dígame qué recuerda"), los detectives interrumpían a los testigos de manera ocasional con preguntas de seguimiento, incluyendo preguntas que evocaban respuestas concisas ("¿cuánto medía?").

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Realimentación a los testigos

Testigo presencial de un delito en el momento de ver una rueda de reconocimiento: "Dios mío... no sé... es uno de esos dos... pero no sé... Qué barbaridad... ese tipo que es un poco más alto que el número dos... Es uno de esos dos, pero no sé...".

Meses después, durante el juicio: "¿y estuvo por completo seguro de que fue el número dos? ¿No tuvo duda alguna?".

Respuesta del testigo: "no tuve ni la más mínima duda... estuve completamente seguro".

(*Missouri contra Hutching,* 1994, informado por Wells y Bradfield, 1998)

¿Qué explica que los testigos recuerden en forma errónea su falta de certeza original? Gary Wells y Amy Bradfield (1998, 1999) se lo preguntaron. Las investigaciones han mostrado que la confianza propia obtiene un refuerzo a partir de (a) enterarnos de que otro testigo ha identificado a la misma persona, (b) que se nos haga la misma pregunta en ocasiones repetidas y (c) al prepararnos para el contrainterrogatorio (Lüüs y Wells, 1994; Shaw, 1996; Wells et al., 1981). ¿La realimentación del entrevistador que dirige la rueda de reconocimiento podría también influir no solo en la confianza, sino también en los recuerdos de la confianza que sentimos antes ("siempre lo supe")?

Para averiguarlo, Wells y Bradfield llevaron a cabo dos experimentos en los que 352 estudiantes de la Universidad Estatal de Iowa observaron el video borroso de una cámara de seguridad que mostraba a un hombre que ingresaba a una tienda. Momentos más tarde, fuera de cámara, asesinaba a un oficial de policía. Después, los estudiantes vieron una colección de fotografías del caso criminal verdadero y se les pidió que identificaran al tirador, a pesar de que la serie no incluía la fotografía de este. Los 352 estudiantes, en su totalidad, realizaron una identificación errada, después de lo cual el experimentador les ofreció realimentación de confirmación ("excelente. Identificaste al sospechoso verdadero"), realimentación de invalidación ("en realidad, el sospechoso fue el número _____"). o no les ofreció realimentación alguna. Por último, después de esto, a todos se les preguntó: "al momento en que identificaste a la persona en la serie de fotografías, ¿qué tan seguro estuviste de que la persona que tú identificaste era el tirador que habías visto en el video?" (en una escala de 1, para nada seguro, a 7, absolutamente seguro).

El experimento produjo dos resultados sorprendentes: primero, el efecto del comentario casual del experimentador

fue enorme. En la condición de realimentación de confirmación, 58% de los testigos presenciales calificaron su certidumbre como de 6 o 7 al hacer sus juicios iniciales. Esto fue cuatro veces más que el 14% que dijo lo mismo en la condición sin realimentación y 11 veces mayor al 5% en la condición de invalidación. Lo que resulta más impactante es que esos fueron sus recuerdos de certidumbre *anterior* a que se les diera cualquier tipo de realimentación.

A los participantes no les fue evidente que su juicio se había visto afectado porque el segundo hallazgo bastante impresionante fue que al preguntarles si la realimentación había influido en sus respuestas, 58% indicó que no. Además, como grupo, aquellos que sintieron que no se habían visto influidos se vieron igual de afectados que aquellos que aceptaron que sí se habían visto influidos (**figura 15.3**).

Este fenómeno (el aumento de la confianza de los testigos después de darles realimentación) es tanto lo bastante grande como lo bastante confiable, en 21 estudios diferentes con 7000 participantes, como para haber recibido un nombre: *efecto de realimentación postidentificación* (Douglass y Steblay, 2006; Smalarz y Wells, 2014; Steblay et al., 2014). Resulta comprensible que los testigos sientan curiosidad acerca de la precisión de sus recuerdos y que los interrogadores quisieran satisfacer su curiosidad ("sí pudo identificar al sospechoso real"). Pero el posible efecto posterior del aumento de la certidumbre del testigo presencial señala la necesidad de mantener a los interrogadores a ciegas (ignorantes) en cuanto a la persona que esté bajo sospecha. Alternativamente, podría valorarse la certidumbre del testigo antes de que se le dé cualquier tipo de realimentación (Steblay et al., 2014).

La incapacidad que los testigos presenciales tienen para apreciar el efecto de la realimentación postidentificación señala una lección que va más allá de las investigaciones sobre los jurados. De nuevo, es evidente por qué se necesitan llevar a cabo investigaciones de psicología social. Como con tanta frecuencia lo han visto los psicólogos sociales (recuerde los experimentos de obediencia de Milgram) simplemente preguntarles a las personas cómo actuarían o preguntarles qué es lo que explica sus acciones puede darnos las respuestas incorrectas. Benjamin Franklin estaba en lo correcto: "hay tres cosas que son en extremo duras: el acero, los diamantes y el conocimiento de uno mismo". Esa es la razón por la que necesitamos algo más que solo encuestas que les pidan a las personas que se describan a sí mismas, sino también experimentos en los que podamos observar lo que hacen en realidad.

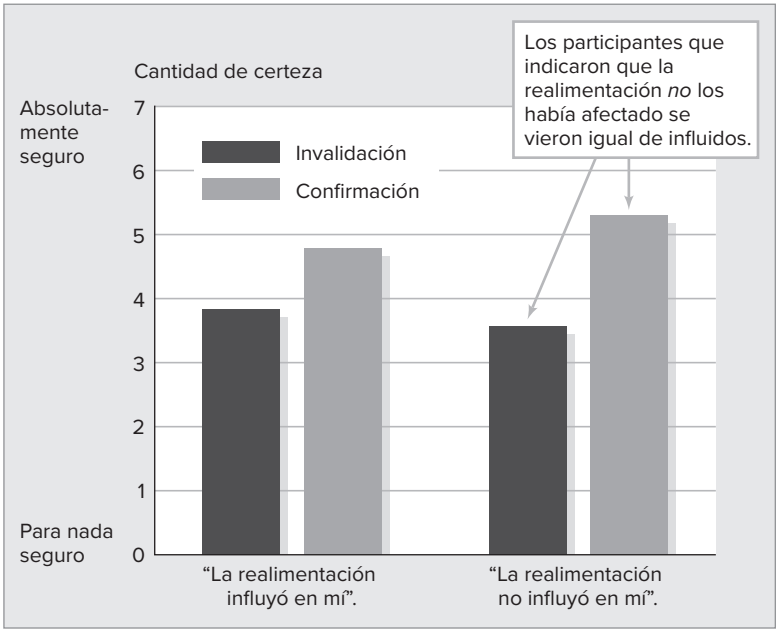


FIGURA 15.3

Certidumbre recordada de la falsa identificación de testigos presenciales después de recibir realimentación de confirmación o de invalidación (experimento 2)

Fuente: datos de Wells y Bradfield, 1998.

La guía *Eyewitness Evidence* instruye a los entrevistadores para que empiecen el interrogatorio permitiéndoles a los testigos que ofrezcan sus propios recuerdos espontáneos. Estos serán más completos si el entrevistador estimula la memoria guiando a las personas a reconstruir el entorno en primer lugar. Hacerlos visualizar la escena y lo que estaban pensando y sintiendo en el momento. Incluso mostrarles fotografías del entorno (de la caja del supermercado con una cajera parada en el sitio en que se le robó, por ejemplo) puede promover recuerdos precisos (Cutler y Penrod, 1988). Después de darle al testigo un tiempo amplio e ininterrumpido para que informe cualquier cosa que le venga a la mente, el entrevistador puede estimular sus recuerdos con preguntas evocadoras

Los recuerdos de los testigos presenciales son mucho más precisos cuando se les plantean preguntas abiertas que les permiten recordar los detalles.
©Aaron Roeth Photography

("¿había algo inusual en su voz? ¿Había algo poco común en la apariencia o ropa de la persona?"). Estas preguntas abiertas son mejores que las que les piden a los testigos que se centren en características particulares (como el color del pelo) que pueden llevar a que olviden otros detalles (Camp et al., 2012).

Cuando se capacitó a los detectives a que llevaran a cabo sus interrogatorios de esta manera, la información que brindaron los testigos presenciales aumentó entre 25 y 50%, sin incrementar la tasa de recuerdos falsos (Fisher et al., 1989, 1994, 2011). Un metaanálisis de 46 estudios publicados confirmó que este tipo de "entrevista cognitiva" aumenta de manera sustancial los detalles que se recuerdan, sin pérdida alguna en la precisión (Memon et al., 2011). En respuesta a este tipo de resultados, la mayoría de agencias policiacas en Estados Unidos y Gran Bretaña han adoptado el procedimiento de entrevistas cognitivas (Dando et al., 2009) (el procedimiento también parece prometedor para enriquecer la información que se obtiene en la toma oral de antecedentes y encuestas médicas).

Las identificaciones acertadas tienden a ser automáticas y espontáneas (Sauer et al., 2010). La cara correcta simplemente se presenta como si nada. Los testigos oculares que realizaron sus identificaciones en menos de 10 a 12 segundos tuvieron una precisión de casi 90%; aquellos que se llevaron más tiempo solo acertaron en alrededor de 50% de las veces (Dunning y Perretta, 2002). Aunque hay otros estudios que ponen en tela de juicio una regla absoluta de 10 a 12 segundos, sí confirman que las identificaciones más veloces por lo general son más acertadas (Weber et al., 2004). En un análisis de 640 observaciones de ruedas de reconocimiento en Londres, casi 9 de cada 10 identificaciones "rápidas" fueron del sospechoso real, de la misma manera en que fueron menos de 4 de cada 10 en las identificaciones que se llevaron más tiempo (Valentine et al., 2003). De igual manera, los testigos que vieron una presentación secuencial de las rueda de reconocimiento fotográfico en más de una ocasión, tuvieron mayores probabilidades de elegir una fotografía "de relleno" de una persona inocente (Horry et al., 2012a). (Las "fotografías de relleno" también se conocen como "cebos").

La presentación simultánea de ruedas de reconocimiento, como esta, pueden aumentar las probabilidades de identificaciones falsas. Por ejemplo, si el responsable del delito traía puestos lentes o tenía barba, un testigo podría elegir al sospechoso número 2 incluso si no es el culpable.
©RichLegg/Getty Images

Minimización de identificaciones falsas en ruedas de reconocimiento

Después del robo a una tienda departamental de los suburbios de Toronto, la cajera involucrada solo podía recordar que el responsable no traía puesta una corbata y que "estaba muy pulcramente vestido y era bastante guapo". Cuando la policía colocó al apuesto Ron Shatford en una rueda de reconocimiento junto con 11 hombres poco atractivos, la cajera lo identificó con facilidad como el perpetrador del robo. Solo después de que hubiera cumplido 15 meses de una larga sentencia fue que confesó otra persona, lo que permitió que volvieran a procesar a Shatford y se revirtiera el fallo (Doob y Kirshenbaum, 1973). En otro caso, un testigo indicó que el sospechoso tenía pelo rizado y barba. Cuando la rueda de reconocimiento incluyó a un hombre, Leonard Callace, que tenía el pelo lacio y barba, junto con otros cinco hombres que solo tenían bigote, el testigo confiadamente identificó al barbado Callace. Este pasó seis años en prisión antes de que evidencia de ADN lo exonerara (Coloff et al., 2016). Resulta más que evidente que incluir a personas disímiles en una rueda de reconocimiento puede promover una identificación errada.

Si un sospechoso cuenta con alguna característica distintiva (una corbata, un tatuaje, o un parche sobre un ojo) las falsas identificaciones se reducen utilizando una característica similar en algunos de los culpables que se colocan en la rueda (Zarkadi et al., 2009) o por medio del ocultamiento de dicha característica (Colloff et al., 2016). Los sospechosos que tienen expresiones de enojo también se identifican como responsables con mayor frecuencia, en particular si los culpables tienen expresiones neutrales o felices (Flowe et al., 2014). Otra manera de reducir los errores de identificación es recordarles a los testigos que la persona a la que vieron podría no encontrarse dentro de la rueda de identificación; dicho recordatorio reduce las elecciones incorrectas en 45% (Wells, 1984, 1993, 2005, 2008). Alternativamente, puede darse a los testigos una rueda de reconocimiento "en blanco" que contenga solo cebos para eliminar a aquellas personas que hagan identificaciones falsas. Aquellas que no cometan ese tipo de errores acertarán mucho más cuando se enfrenten a una verdadera rueda de identificación más adelante.

También se reduce el número de errores cuando los testigos hacen juicios individuales de sí o no en respuesta a una *secuencia* de personas, como se muestra en docenas de estudios en Europa, Norteamérica, Australia y Sudáfrica (Lindsay y Wells, 1985; Meissner et al., 2005; Steblay et al., 2001). La presentación simultánea de sospechosos en una rueda de reconocimiento tienta a las personas a elegir a la persona que más se parece al responsable verdadero, de entre los participantes de la rueda. Los testigos que examinan a los sospechosos de uno en uno tienen menos probabilidades de hacer una identificación falsa, en especial si no se les dice, de antemano, el número de personas a las que verán (Horry et al., 2012b).

Si un testigo ve diversas fotografías o personas de manera simultánea, es más probable que elijan a cualquiera que se parezca al culpable (cuando se les ofrece una rueda de reconocimiento donde los sospechosos no son de la misma raza, los testigos pueden terminar eligiendo a alguien que sea de la misma raza que el culpable, en especial si se trata de una persona perteneciente a una raza distinta a la suya [Wells y Olson, 2001]). En el caso de la rueda de reconocimiento de "presentación secuencial", los testigos comparan a cada persona con su recuerdo del culpable y toman una decisión absoluta: coincidencia o falta de coincidencia (Goodsell et al., 2010; Gronlund, 2004a, b). Un experimento asignó de manera aleatoria a testigos oculares de delitos para que examinaran ruedas de reconocimiento simultáneas o secuenciales. La rueda en presentación secuencial redujo la identificación errada de los cebos de 18 a 12%, sin reducción alguna en la identificación precisa de sospechosos (Wells et al., 2015).

Estos procedimientos gratuitos hacen que las ruedas de reconocimiento policiaco se asemejen más a los buenos experimentos. Incluyen a un *grupo control* (una rueda en la que no haya sospechosos o en la que los testigos simulados tratan de adivinar quién es el sospechoso solo a partir de una descripción general). Tienen un experimentador *ciego* en cuanto a la hipótesis y quien, por ende, no influirá en los testigos de manera sutil, ni pondrá en duda la identificación de alguien que no sea el sospechoso "favorito" (Kovera y Evelo, 2017). Las preguntas siguen un *guión* y son *neutrales*, para que no demanden una respuesta particular de manera delicada (el procedimiento no implica que el culpable se encuentre en la rueda de reconocimiento). Y prohíben los comentarios postidentificación que aumenten la confianza de manera exagerada ("le dio al clavo") antes de que el testigo declare en el juicio. Estos procedimientos reducen enormemente el sesgo natural de confirmación que aqueja a todo ser humano (tener una idea y buscar evidencia que la sustente). Las ruedas de identificación también pueden llevarse a cabo de manera eficaz por medio de computadoras (MacLin et al., 2005; Wells et al., 2015).

Troy Davis (1968-2011). A pesar de los procedimientos propensos al error para la selección de las declaraciones de testigos presenciales, el Estado de Georgia argumentó que Davis, quien mantuvo su inocencia hasta su último suspiro, era culpable de asesinato.
©Columbus Ledger-Enquirer/Getty Images

Aunque los procedimientos como las pruebas doble ciego son comunes en la psicología científica, siguen siendo inusuales en los procedimientos de justicia penal (Wells y Olson, 2003). Así sucedió cuando, en 1989, se arrestó a Troy Davis por el asesinato de un oficial de policía de Georgia. La policía les mostró la fotografía de Davis a algunos testigos antes de que vieran la rueda de identificación. Su fotografía de rueda tenía un fondo diferente al de las demás fotografías. Un oficial que sabía que Davis era el sospechoso llevó a cabo la rueda de reconocimiento. Más tarde, siete de los nueve testigos que había en contra de Davis se retractaron de su testimonio y seis indicaron que la policía los amenazó si no identificaban a Davis. El hombre que inicialmente acusó a Davis de ser el culpable ante la policía confesó el delito tiempo después. A pesar de apelaciones judiciales y súplicas de parte del Papa, de un anterior director del FBI y de 630 000 otras personas, Georgia ejecutó a Troy Davis en 2011 (*The New York Times*, 2011).

Consciente de todas estas investigaciones, el procurador general del estado de Nueva Jersey hizo obligatorias las pruebas ciegas a nivel estatal (para evitar que se predisponga a los testigos contra

los sospechosos) y las ruedas de identificación secuenciales (a fin de minimizar que se compare a las personas y se elija a aquella que más se parezca a quienes ellos dicen que llevó a cabo el delito) (Kolata y Peterson, 2001; Wells et al., 2002). En 2011, la Suprema Corte de Nueva Jersey, en respuesta a las investigaciones relacionadas con los procedimientos de identificación por parte de testigos oculares, renovó por completo las reglas estatales de la manera en que se trataba la evidencia proveniente de las ruedas de identificación. Al facilitar que los acusados cuestionen la evidencia defectuosa, la corte impuso consecuencias asociadas con el uso de procedimientos de rueda de reconocimiento que tengan mayores probabilidades de producir identificaciones erróneas (Goode y Schwartz, 2011). En 2012, Oregón hizo lo mismo y estableció como requisito que los jueces tomaran en cuenta los factores que pudieran limitar la confiabilidad de los testigos oculares e hizo obligatorio que excluyeran las pruebas presenciales que no fueran confiables. Las nuevas reglas se implementaron después de que se condenara a Samuel Lawson por el asesinato de un hombre y por dispararle a su esposa. Inmediatamente después del incidente, la mujer aseveró que no había visto la cara del tirador y no identificó a Lawson dentro de una rueda de reconocimiento fotográfico. Dos años más tarde, la policía le informó que habían arrestado a Lawson por el delito y fue cuando ella lo identificó. Se condenó a Lawson por asesinato. Sin embargo, después de examinar las investigaciones relacionadas con la identificación de testigos presenciales, los tribunales (*Oregón vs. Lawson*) anularon la condena de Lawson.

Los investigadores también están explorando las condiciones bajo las que el testimonio "auditivo", basado en el reconocimiento de voz, es vulnerable a los errores (Mullenix et al., 2011; Stevenage et al., 2011).

Educación de jurados

¿Los jurados valoran el testimonio presencial de manera racional? ¿Comprenden que las circunstancias de las ruedas de reconocimiento determinan su confiabilidad? ¿Saben si tomar o no en cuenta la certidumbre del testigo? ¿Se dan cuenta de las formas en que puede verse influida la memoria, ya sea a través de preguntas engañosas, a causa del estrés en el momento del incidente, por el periodo que transcurre entre el suceso y su entrevista, por el hecho de que la raza del sospechoso sea la misma o diferente, por la nitidez o confusión del recordatorio de otros detalles? Algunos estudios en Canadá, Gran Bretaña, Noruega y Estados Unidos revelan que aunque el conocimiento de los jurados parece estar mejorando, los jurados no han logrado comprender del todo algunos de estos factores, todos los cuales se sabe que influyen en el testimonio presencial (Desmarais y Read, 2011; Magnussen et al., 2010; Wise y Safer, 2010). En una encuesta nacional, más de la mitad de las personas creía, falsamente, que "la memoria humana funciona como una cámara de video y registra con enorme precisión todo lo que vemos y escuchamos, de modo que podemos revisarlo y analizarlo a detalle más adelante" (Loftus, 2011a).

Para educar a los jurados, es frecuente que en la actualidad se pida a expertos que testifiquen en cuanto al testimonio presencial (por lo general a petición de los abogados de la defensa) (Cutler y Kovera, 2011). A partir del año 2012, Nueva Jersey hizo obligatorio que se instruyera a los jurados en cuanto a los factores que pueden influir en las declaraciones de los testigos oculares: "la memoria humana no es infalible. Las investigaciones han demostrado que la memoria humana no se parece en nada a una grabación de video... a las personas puede dificultárseles más identificar a los miembros de una raza diferente a la suya... los altos niveles de estrés pueden reducir la capacidad de los testigos presenciales para recordar y hacer una identificación exacta" (citado en Schacter y Loftus, 2013). El objetivo es ofrecerles a los jurados el tipo de información que usted ha estado leyendo para ayudarlos a valorar las declaraciones de los testigos tanto de la defensa como de la fiscalía. El **cuadro 15.1**, que se deriva de una encuesta de 64 investigadores en relación con el testimonio presencial, lista algunos de los fenómenos que mayor acuerdo han generado. Una encuesta de seguimiento comparó sus discernimientos con los de 111 jurados que se tomaron como muestra en Tennessee.

Cuando se les enseñan las condiciones bajo las que el testimonio presencial es confiable, los jurados se vuelven más capaces de discernir (Devenport et al., 2002; Pawlenko et al., 2013) y se tienen mayores probabilidades de emitir un fallo con base en la evidencia presencial reunida por medio de técnicas imparciales y científicamente validadas (Safer et al., 2016). Además de lo anterior, abogados y jueces están reconociendo la importancia de algunos de estos factores al decidir cuándo deben pedir o permitir que se desestime la evidencia obtenida a través de una rueda de reconocimiento (Stinson et al., 1996, 1997).

Cuadro 15.1 Influencias sobre el testimonio presencial

Fenómeno	Expertos sobre testimonio que coincidieron*	Jurados que coincidieron*
Fraseo de las preguntas. El testimonio presencial de un suceso puede verse afectado por la manera en que se le plantean las preguntas al testigo ocular.	98%	85%
Instrucciones de la rueda de reconocimiento. Las instrucciones de la policía pueden afectar la disposición de los testigos presenciales a hacer una identificación.	98%	41%
Maleabilidad de la confianza. La confianza de un testigo ocular puede verse influida por factores no relacionados con la precisión de su identificación.	95%	50%
Sesgo inducido por fotografías de expediente penal. La exposición a fotografías de expediente de un sospechoso aumenta las probabilidades de que el testigo elija a dicho sospechoso en una rueda de reconocimiento más adelante.	95%	59%
Información posterior al suceso. Es frecuente que el testimonio presencial relacionado con un suceso no solo refleje lo que el testigo vio en realidad, sino también la información que obtuvo más adelante.	94%	60%
Actitudes y expectativas. La percepción y los recuerdos del testigo ocular acerca de un suceso pueden verse afectados por sus actitudes y expectativas.	92%	81%
Sesgo interracial. Los testigos oculares son más precisos cuando identifican a miembros de su misma raza, que cuando identifican a miembros de una raza diferente.	90%	47%
Precisión contra certidumbre. La certidumbre de un testigo no es un buen predictor de la precisión de su identificación.	87%	38%

*"Este fenómeno es lo suficientemente confiable como para que los psicólogos lo presenten en el testimonio de un juicio".

Fuente: expertos de S. M. Kassin, V. A. Tubb, H. M. Hosch y A. Memon (2001). Jurados de T. R. Benton, D. F. Ross, E. Bradshaw, W. N. Thomas y G. S. Bradshaw (2006).

EN RESUMEN: ¿Qué tan confiable es el testimonio presencial?

- En cientos de experimentos, los psicólogos sociales han encontrado que la precisión del testimonio presencial puede verse alterada por un sinfín de factores que involucran los modos en que las personas forman juicios y recuerdos.
- Algunos testigos oculares se expresan con mayor asertividad que otros. Los testigos asertivos tienen más probabilidades de que se les crea, aunque la asertividad es, en realidad, una característica del testigo que no refleja la precisión de la información.
- Cuando se le da información falsa a un testigo, el *efecto de la desinformación* puede derivar en que el testigo llegue a creer que la información falsa es verdadera.
- Cuando la secuencia de sucesos de un delito se recuenta en repetidas ocasiones, es posible que ingresen errores en ella y que el testigo los adopte como parte de la narración verdadera.
- A fin de reducir errores de este tipo, se aconseja a los entrevistadores que permitan que los testigos digan todo lo que recuerdan, sin interrupción alguna, y que alienten a los testigos a visualizar la escena y el estado emocional en el que estaban cuando sucedió el incidente.
- Educar a los jurados en cuanto a los escollos del testimonio presencial puede mejorar la forma en que este se recibe y, al final de cuentas, la precisión del veredicto.

¿QUÉ OTROS FACTORES INFLUYEN EN LAS DECISIONES DE LOS JURADOS?

Explique la manera en que el atractivo del acusado y sus semejanzas con los jurados pueden predisponer a estos últimos, y qué tan fielmente siguen las instrucciones del juez.

CARACTERÍSTICAS DEL IMPUTADO

Según el famoso abogado penalista, Clarence Darrow (1933), los jurados rara vez condenan a una persona que les agrada, ni exoneran a una que les desagrada. Argumentaba que el trabajo principal del abogado penalista era lograr que el jurado sintiera agrado por el indiciado. ¿Tenía razón? ¿Y es cierto, como también lo dijo Darrow, que "los hechos relacionados con el delito son relativamente insignificantes"?

Darrow estaba exagerando. Un estudio clásico de más de 3 500 casos penales y 4 000 casos civiles encontró que cuatro de cada cinco veces, el juez estuvo de acuerdo con la decisión del jurado (Kalven y Zeisel, 1966). En los primeros tres años del sistema de juicios por jurado de Corea del Sur, los jueces y el jurado estuvieron de acuerdo con el fallo de los segundos 91% de las veces (Kim et al., 2013). Aunque existe la posibilidad de que tanto jueces como jurados pudieran estar equivocados, la evidencia suele ser lo bastante clara como para que los jurados puedan dejar de lado sus sesgos, se centren en los hechos y se pongan de acuerdo en cuanto a un veredicto (Saks y Hastie, 1978; Visher, 1987). Los hechos sí importan.

Pero los hechos no son lo único que importa. Los comunicadores son más persuasivos si parecen confiables y atractivos. Del mismo modo, en los tribunales, es frecuente que los encausados de alto estatus reciban mayor clemencia (McGillis, 1979). En 2016, el atleta de Stanford, Brock Turner, fue sentenciado a solo seis meses de cárcel después de abusar sexualmente de una mujer inconsciente, lo que llevó a que se suscitara un escándalo generalizado con base en la creencia de que su estatus superior había conducido a que se le tuviera mayor consideración (Stack, 2016). En un estudio, unos jurados simulados percibieron a las víctimas de abusos sexuales como con más control sobre la situación (una especie de versión de "ella se lo buscó") cuando el responsable acusado era un importante mariscal de campo (Pica et al., 2018).

Los casos reales varían en tantas maneras (en el tipo de delito, en el estatus, edad, género y raza del acusado) que resulta difícil aislar los factores que influyen en los jurados. De modo que los experimentadores han controlado tales factores dándoles a los jurados simulados los mismos hechos básicos de un caso al tiempo que varían, por ejemplo, el atractivo del acusado o su semejanza con los jurados.

Los indiciados que se perciben como de estatus elevado o como atractivos tienen menos probabilidades de que se les declare culpables y mayores probabilidades de eludir un castigo severo.

©Hero Images/Image Source

Apariencia física

El estereotipo del atractivo físico sostiene que las personas bellas dan la apariencia de ser personas buenas. Michael Efran (1974) se preguntó si este estereotipo sesgaría el juicio de los estudiantes si se acusaba a alguien de hacer trampa. Les preguntó a algunos de sus estudiantes de la Universidad de Toronto si el atractivo debería afectar la presunción de culpabilidad. Ellos respondieron: "no, no debería". ¿Pero lo hizo? Sí. Cuando Efran les dio a otros estudiantes la descripción del caso con una fotografía ya fuera de un acusado atractivo o de un acusado poco agraciado, juzgaron que el más atractivo era menos culpable y recomendaron un castigo más leve.

Otros experimentadores han confirmado que cuando la evidencia es escasa o ambigua, la justicia no es ciega a la apariencia física del indiciado (Maeder et al., 2015; Mazzella y Feingold, 1994). Los adultos con cara de niños (personas con grandes ojos redondos y mentones pequeños) se juzgan como más ingenuos y es más frecuente que se les encuentre culpables de delitos menores como negligencia y menos común que se les encuentra culpables de actos delictivos intencionales (Berry y Zebrowitz-McArthur, 1988). En caso de que el fallo indique que son culpables, las personas poco atractivas también dan la impresión de ser más peligrosas, en especial si son transgresores sexuales (Esses y Webster, 1988). Cuando algunos investigadores les pidieron a personas que calificaran la confiabilidad de 742 asesinos encarcelados con base en fotografías de sus rostros, encontraron que tales valoraciones predecían qué acusados habían recibido la pena de muerte en lugar de condenas de por vida; lo que sugiere que la apariencia de los imputados tuvo una influencia significativa en los jurados que los sentenciaron a morir (Wilson y Rule, 2015).

En un gigantesco experimento que se llevó a cabo en colaboración con la televisora BBC, Richard Wiseman (1998) les mostró a los espectadores evidencia relacionada con un robo a casa habitación con una sola variación. Algunos televidentes observaron al sospechoso representado por un actor que se ajustó a lo que un grupo de 100 personas juzgó como el delincuente estereotípico: poco atractivo, nariz chueca, ojos pequeños. De entre las 64 000 personas que hablaron por teléfono para emitir su veredicto, 41% lo juzgó culpable. Los espectadores británicos de otros lugares vieron a un sospechoso atractivo de cara infantil y con grandes ojos azules redondos. Solo 31% lo juzgó como culpable.

Para ver si estos hallazgos se extendían al mundo real, un estudio pidió a oficiales de policía que valoraran el atractivo físico de 1 742 acusados que aparecieron frente a 40 jueces texanos en casos de faltas que iban desde graves (como falsificación), a moderadas (como acoso) o menores (como intoxicación pública). En cada tipo de caso, los jueces impusieron fianzas y multas más elevadas a los acusados menos atractivos (Downs y Lyons, 1991; **figura 15.4**). ¿Qué explica este efecto tan impactante? ¿Las personas poco atractivas también tienen un menor estatus? ¿Es más probable que traten de huir o que cometan otros delitos, como parece que suponen los jueces? ¿O acaso es simplemente que los jueces están ignorando el consejo del estadista romano Cicerón: "el bien final y el deber supremo del hombre sabio es resistirse a la apariencia"?

Semejanza con los jurados

Si Clarence Darrow tenía aunque fuera un poco de razón en su declaración de que sentir agrado o desagrado por el imputado influye en los juicios, también es posible que importen algunos otros de los factores que influyen en el agrado. Entre estas influencias se encuentra el principio de que la semejanza conduce al agrado. Cuando las personas fingen que son jurados, es un hecho que sienten más simpatía hacia los inculpados que comparten sus actitudes, religión, raza o (en los casos de agresión sexual) su género (Selby et al., 1977; Towson y Zanna, 1983; Ugwuegbu, 1979).

Algunos ejemplos:

- En 1 748 casos en los tribunales de primera instancia en Israel, los demandantes judíos obtuvieron desenlaces más favorables cuando sus casos se asignaron de manera aleatoria a

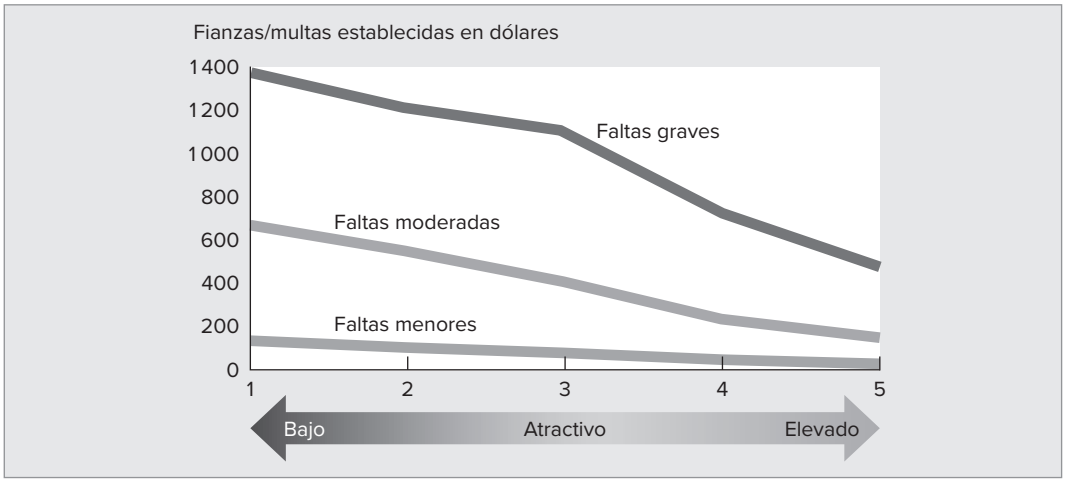


FIGURA 15.4
Atractivo y juicios legales
Los jueces de la costa del golfo en Texas establecen mayores fianzas y multas a los acusados menos atractivos.
Fuente: datos de Downs y Lyons, 1991.

jueces judíos, y los demandantes árabes obtuvieron desenlaces más favorables cuando se les asignó a jueces árabes (Shayo y Zussman, 2011).

- Cuando la raza de un indiciado se ajusta a un estereotipo criminal (por ejemplo, si a un imputado blanco se le acusa de malversación o a un indiciado negro se le acusa de robo automotriz) los jurados simulados emiten veredictos y castigos más negativos (Jones y Kaplan, 2003; Mazzella y Feingold, 1994). Los blancos que defienden perspectivas no prejuiciadas tienen más probabilidades de exhibir un sesgo racial en juicios en los que los temas raciales no son evidentes (Sommers y Ellsworth, 2000, 2001).
- Algunos estudiantes australianos leyeron evidencia relacionada con una persona de derecha o de izquierda a la que se acusó de un robo políticamente motivado. Los estudiantes juzgaron que había menos culpabilidad cuando los puntos de vista políticos del procesado coincidían con los suyos propios (Amato, 1979).
- Algunos participantes de habla inglesa tuvieron mayores probabilidades de pensar que alguien acusado de un ataque físico no era culpable si rendía su testimonio en inglés, más que sí se traducía del español o del tailandés (Stephan y Stephan, 1986).
- En uno de los sistemas de tribunales de Luisiana, los jueces predominantemente blancos impusieron sentencias más largas a los acusados negros la semana posterior a que el equipo de futbol americano del *alma mater* de los jueces perdió un juego (Eren y Mocan, 2016).

El análisis de condenas criminales entre 2007 y 2011 por parte de un Comité de Sentencias de Estados Unidos, encontró que los hombres negros recibían sentencias 20% más largas que las de hombres blancos en casos con el mismo tipo de gravedad y con antecedentes delictivos similares. Los jueces también tuvieron 25% menos probabilidades de mostrarles clemencia a los acusados negros (contra blancos) dándoles una sentencia menor que la que sugerían las pautas federales (Palazzolo, 2013). En Carolina del Sur, las sentencias para menores infractores negros eran más severas que aquellas para menores infractores blancos; en especial en condados con una mayor población negra y mayor población de adolescentes, creando una mayor percepción de amenaza (Lowery et al., 2018).

Un análisis del *Sarasota Herald-Tribune* encontró que a los negros se les condenaba a 68% más tiempo de prisión que a los blancos en casos criminales de primer grado en Florida, incluso cuando los factores como los antecedentes penales del acusado y la gravedad del crimen eran equivalentes. En un condado de Florida, las sentencias fueron tres veces mayores para los acusados negros que para los inculpados blancos condenados por asalto a mano armada. “Eso es como pasarse un alto

En 2012, cuando George Zimmerman, voluntario de la guardia vecinal (de pie), le disparó al adolescente negro Trayvon Martin durante un altercado, hiriéndolo de muerte, afirmó que había sido en defensa propia y no se le arrestó sino hasta seis semanas después del incidente ante las protestas de la comunidad. Las encuestas mostraron que 73% de los habitantes negros creían que se hubiera arrestado a Zimmerman antes si Martin hubiese sido blanco, un punto de vista que solo compartió 35% del público que no era negro (Gallup, 2012). Durante su juicio en 2013, declararon inocente a Zimmerman, un veredicto que 86% de negros, pero solo 30% de blancos, pensó que era inadecuado (Pew Research Center, 2013).
©Orlando Sentinel/Tribune News Service/Getty Images

en un coche blanco y recibir una multa de 100 dólares o pasarse un alto en un coche negro y recibir una multa de 300 dólares", comentó un anterior comisionado de la ciudad (Salman et al., 2016).

Del mismo modo, los negros que matan a personas blancas obtienen más condenas a muerte que los blancos que matan a personas negras (Butterfield, 2001). En comparación con el asesinato de una persona negra, matar a un blanco también tiene tres veces más probabilidades de conducir (en un estudio estadounidense) a la pena de muerte (Radelet y Pierce, 2011). Como lo dijo Craig Haney (1991), "a los negros se les castiga en exceso cuando son los indiciados o se les subvalora como víctimas, o las dos cosas".

En dos estudios, también se impusieron sentencias más severas a aquellos que parecían ser más estereotípicamente negros. Dados antecedentes penales similares, reos negros y blancos en Florida reciben sentencias parecidas; pero dentro de cada raza, aquellos con rasgos faciales más "afrocéntricos" reciben sentencias más prolongadas (Blair et al., 2004). Entre negros condenados por el asesinato de víctimas blancas a lo largo de un periodo de 20 años en Filadelfia, los inculpados cuya apariencia era más estereotípicamente negra tuvieron mayores probabilidades de recibir la pena de muerte (Eberhardt et al., 2006).

"Usted se parece a este boceto de alguien que está pensando en cometer un delito".

©David Sipress. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

De manera ideal, los jurados deben dejar sus prejuicios fuera de la sala de justicia e iniciar el juicio con una mente abierta. Eso es lo que implica la Sexta Enmienda a la Constitución de Estados Unidos: "el acusado disfrutará del derecho a un juicio pronto y público a manos de un jurado imparcial". En su preocupación por la objetividad, el sistema judicial es similar a la ciencia. Se supone que tanto científicos como jurados deben analizar y sopesar la evidencia. Tanto los tribunales como la ciencia cuentan con reglas que indican las pruebas que son relevantes. Ambas deben llevar registros detallados y suponer que otros a los que se les presentaran las mismas pruebas llegarían a una decisión semejante.

Cuando la evidencia es contundente y los individuos se centran en ella (como cuando vuelven a leer y a debatir el significado del testimonio), la realidad es que sus prejuicios realmente son mínimos (Kaplan y Schersching, 1980; Lieberman, 2011). La calidad de la evidencia importa más que los prejuicios de los jurados individuales.

INSTRUCCIONES DEL JUEZ

Todos podemos recordar dramas judiciales en los que el abogado exclama "¡objeción, su señoría!", momento en el que el juez responde "¡ha lugar!" y le indica al jurado que ignore la pregunta sugerente del abogado o el comentario del testigo. ¿Qué tan eficaces son dichas instrucciones?

En la actualidad, casi todos los estados de Estados Unidos cuentan con estatutos de "protección en casos de violación" que prohíben o limitan el testimonio relacionado con la actividad sexual previa de la víctima. Este tipo de testimonio, aunque irrelevante para el caso bajo discusión, tiende a hacer que los jurados se sientan más solidarios con las afirmaciones del violador acusado acerca de que la mujer consintió que tuvieran relaciones sexuales (Borgida, 1981; Cann et al., 1979). Si de todos modos el testimonio confiable, ilegal o perjudicial de este tipo ingresa en forma sutil por parte de la defensa o sale a relucir al interrogar a un testigo, ¿los jurados prestarán atención a las instrucciones del juez de ignorarlo? ¿Y es suficiente recordarles a los jurados que "el punto no es si les agrada o desagrada el indiciado, sino si cometió el delito que se le imputa"?

Muy posiblemente no es así. Diversos experimentadores informan que los jurados muestran preocupación por el debido proceso, pero que se les dificulta ignorar la evidencia inadmisible, como las condenas anteriores del acusado. En un estudio, algunos alumnos de la Universidad de Washington escucharon la descripción de un robo-asesinato en una tienda de víveres y un resumen del caso del fiscal y del abogado defensor. Cuando el caso del fiscal fue deficiente, nadie juzgó al acusado como culpable. Cuando la grabación de una llamada telefónica incriminadora hecha por el acusado se añadía al caso deficiente, cerca de un tercio lo señaló como culpable. Las instrucciones del juez en cuanto a que la grabación no constituía una prueba legal y que debía de ignorarse no hicieron nada por eliminar el efecto del testimonio perjudicial (Sue et al., 1973).

De hecho, la orden del juez de ignorar cierto testimonio: "no debe representar papel alguno en su consideración del caso. No pueden más que ignorarlo", incluso puede crear el efecto contrario

reactancia
Motivación de proteger o restaurar la sensación propia de libertad. La reactancia surge cuando alguien amenaza nuestra libertad de acción.

y añadir al impacto de dicho testimonio (Wolf y Montgomery, 1977). Es posible que estas afirmaciones despierten la **reactancia** de los jurados. O quizás los sensibilicen al testimonio inadmisible, como si le advertimos que no preste atención a su nariz mientras termina de leer esta oración. Es más fácil que los jueces eliminen el testimonio inadmisible de las actas que de las mentes de los jurados. Como lo dicen en ocasiones los abogados litigantes, "no es posible desoír una campana que ya sonó".

Esto es en especial cierto en casos de información emotiva (Edwards y Bryan, 1997). Los jurados son menos capaces de ignorar una descripción emocionalmente provocativa de los antecedentes de un acusado ("destazó a una mujer") en comparación con una descripción legal árida y menos emotiva ("agresión con arma mortífera"). Incluso si los jurados afirman después que no tomaron en cuenta la información inadmisible, es posible que altere la manera en que interpreten la demás información.

La publicidad anterior al proceso también es difícil de ignorar por parte de los jurados (Steblay et al., 1999). En un experimento a gran escala, 800 jurados simulados vieron informes noticiosos incriminadores acerca de los antecedentes criminales de un hombre acusado de robar un supermercado. Algunos escucharon instrucciones del juez en cuanto a ignorar la publicidad anterior al juicio, pero no se les dio esta instrucción a otros. ¿El efecto de la admonición judicial? Por completo nulo. Aquellos a los que se les dijo que ignoraran la información tuvieron las mismas probabilidades de votar por un veredicto condenatorio (Kramer et al., 1990).

Las personas cuyas opiniones están prejuiciadas por la información anterior al juicio típicamente niegan el efecto que esta pueda tener sobre ellos, lo que dificulta la posibilidad de eliminar a los jurados prejuiciados (Moran y Cutler, 1991). En algunos experimentos, incluso tratar de lograr que los jurados simulados juren que son imparciales y que están dispuestos a ignorar la información anterior no ha eliminado el efecto de la publicidad anterior al juicio (Dexter et al., 1992; Ruva y Guenther, 2015).

Con cierto apoyo de las investigaciones disponibles, los jueces pueden esperar que, durante sus deliberaciones, los jurados que mencionen la evidencia inadmisible se vean reprendidos por hacerlo, lo que limitaría su influencia sobre los veredictos de un jurado (London y Nunez, 2000). Para minimizar los efectos del testimonio inadmisible, los jueces también pueden advertirles a los jurados de antemano que ciertos tipos de evidencia, como los antecedentes sexuales de una víctima de violación, son irrelevantes. Una vez que los jurados se forman impresiones basadas en ese tipo de evidencia, las admoniciones de los jueces tienen un efecto mucho menor (Borgida y White, 1980; Kassin y Wrightsman, 1979). Por esto, informa Vicki Smith (1991), rinde frutos tener una sesión de capacitación antes del juicio. Enseñarles a los jurados los procedimientos legales y los estándares de prueba mejora su comprensión del procedimiento del juicio y su disposición a suspender su juicio hasta después que hayan escuchado la totalidad de la información relacionada con el proceso.

Gracias al ciclo noticioso de 24 horas, la publicidad anterior a un juicio con frecuencia se da antes de la selección del jurado. ¿Los miembros de este se verán prejuiciados por lo que hayan escuchado antes de entrar en la sala de justicia? Aunque niegan haberse visto influidos, los experimentos han demostrado lo contrario.
©cdrin/Shutterstock

Y mejor aún, los jueces pueden eliminar el testimonio inadmisible antes de que el jurado lo escuche: grabando el testimonio y eliminando las partes inadmisibles. El testimonio en vivo y el grabado tienen básicamente el mismo impacto que tienen las ruedas de reconocimiento en vivo y las videograbadas (Cutler et al., 1989; Miller y Fontes, 1979). Estas videograbaciones no solo permiten que el juez elimine el testimonio inadmisible, sino que también acelera el juicio y permite que los testigos hablen acerca de los sucesos esenciales antes de que los recuerdos se disipen.

FACTORES ADICIONALES

Hemos considerado tres factores que influyen en los procesos judiciales: el testimonio presencial, las características del indiciado y las instrucciones del juez. Los investigadores también estudian la influencia de otros factores. Por ejemplo, ¿un grave castigo potencial (como la pena de muerte, digamos) hace que los jurados estén menos dispuestos a condenar al acusado?

¿Los juicios de jurados experimentados difieren de aquellos de los jurados novatos? ¿Se juzga con más dureza a los acusados cuando *la víctima* es más atractiva o ha sufrido enormemente? Las investigaciones sugieren que la respuesta a estas tres preguntas es sí (Kerr, 1978, 1981).

Algunos experimentos confirman que los juicios de culpabilidad y castigo que hacen los jurados pueden verse afectados por las características de la víctima, incluso cuando el acusado no esté al tanto de ello (Alicke y Davis, 1989; Enzle y Hawkins, 1992). Considere el caso de Bernard Goetz, el "justiciero del subterráneo", de 1984. Cuando cuatro adolescentes le pidieron cinco dólares a Bernard Goetz en un tren subterráneo de la ciudad de Nueva York, el atemorizado Goetz sacó un arma cargada y les disparó a todos, dejando a uno de los adolescentes parcialmente paralizado. Cuando se culpó a Goetz de intento de homicidio, se suscitó una enorme cantidad de apoyo público hacia él, en parte porque los adolescentes contaban con extensos antecedentes penales y porque traían ocultos con ellos desatornilladores afilados. Aunque Goetz no supo nada de lo anterior, se le exculpó del cargo de intento de homicidio y solo se le condenó por posesión ilegal de un arma de fuego.

EN RESUMEN: ¿Qué otros factores influyen en las decisiones de los jurados?

- Por lo general, los hechos de un caso son lo bastante sustanciales como para que los jurados puedan dejar de lado sus prejuicios y emitan un juicio justo. Sin embargo, cuando la evidencia resulta ambigua, es más probable que los jurados la interpreten a través de sus sesgos preconcebidos y que sientan compasión por un acusado que sea atractivo o que se parezca a ellos mismos.
- Cuando los jurados se ven expuestos a publicidad dañina anterior al juicio o a evidencia inadmisible, ¿siguen las instrucciones del juez en cuanto a que deben ignorarla? En juicios simulados, hubo ocasiones en que se siguieron las instrucciones del juez, pero, con frecuencia, en especial cuando la admonición del juez sucedía *después* de que se formaran una impresión, no fue así.
- Algunos investigadores también han explorado la influencia de otros factores, como la gravedad de la sentencia potencial y las diversas características de la víctima.

¿QUÉ INFLUYE EN EL JURADO INDIVIDUAL?

Describa la forma en que los veredictos dependen de la forma en que cada jurado individual procesa la información.

Vale la pena sopesar las influencias que la sala de justicia tiene sobre el "jurado promedio". Pero ningún jurado es un jurado promedio; cada uno de ellos trae sus actitudes y personalidades individuales consigo. Y al momento de su deliberación, los jurados influyen unos sobre otros. De modo que las dos preguntas clave son (1) ¿cómo es que los veredictos se ven influidos por las características de cada jurado individual? y (2) ¿Cómo es que los veredictos se ven influidos por las deliberaciones de los jurados entre sí?

COMPRENSIÓN DE CADA JURADO

A fin de obtener discernimientos respecto a la comprensión de cada jurado, los investigadores pidieron a una muestra de jurados simulados, tomados de una reserva real de jurados de un tribunal, que miraran representaciones de juicios verdaderos. Al tomar sus decisiones, los jurados primero construyeron una historia que le diera sentido al total de la evidencia. Después de observar un juicio por asesinato, por ejemplo, algunos de los jurados concluyeron que una pelea había

enfurecido al acusado y que esta había provocado que consiguiera un cuchillo, buscara a la víctima y la apuñalara a muerte. Otros supusieron que el atemorizado acusado había tomado el cuchillo que más tarde había utilizado para defenderse de la víctima. Cuando los jurados empiezan sus deliberaciones, es frecuente que descubran que otros han construido historias diferentes de las suyas (Pennington y Hastie, 1993). Esto implica, como lo confirman las investigaciones, que los jurados se convencen mejor cuando los abogados presentan la evidencia en forma narrativa, con la forma de un cuento. El caso de los delitos graves, donde la tasa de condenas en todo Estados Unidos alcanza 80%, es más frecuente que los casos de la fiscalía se planteen mediante una estructura narrativa que los casos de la defensa.

Comprensión de instrucciones

A continuación, los jurados deben comprender las instrucciones del juez en cuanto a las categorías disponibles para el veredicto. Con el fin de que tales instrucciones resulten eficaces, los jurados tienen que poder comprenderlas. Algunos estudios repetidos han mostrado que muchas personas no comprenden la jerga legal estándar de las instrucciones judiciales (Baguley et al., 2017). Según el tipo de caso, es posible que al jurado se le indique que el estándar de prueba es una "preponderancia de la evidencia", "evidencia clara y convincente" o un "más allá de una duda razonable". Tales afirmaciones pueden tener un significado para la comunidad jurídica y significados diferentes en las mentes de los jurados individuales (Kagehiro, 1990; Mueller-Johnson et al., 2018; Wright y Hall, 2007).

También es posible que un juez les recuerde a los jurados que eviten llegar a conclusiones prematuras a medida que valoran cada nueva instancia de la evidencia que se les presente. Pero las investigaciones tanto con estudiantes universitarios, como con jurados simulados elegidos de reservas de jurados prospectivos muestran que los seres humanos de carne y hueso sí se forman opiniones prematuras y que tales inclinaciones sí influyen en la manera en que interpretan la información nueva (Carlson y Russo, 2001).

Después de observar casos reales y de entrevistar a los jurados más tarde, Stephen Adler (1994) se topó con "muchas personas serias y sinceras que, por una variedad de razones, no estaban tomando en cuenta los puntos esenciales, se estaban centrando en temas irrelevantes, estaban sucumbiendo a prejuicios apenas reconocidos, no estaban logrando ver más allá de las apelaciones más burdas a su simpatía u odio y, en términos generales, estaban estropeándolo todo".

Aumento de la comprensión de los jurados

Entender la manera en que los jurados malinterpretan las instrucciones judiciales es un primer paso hacia las decisiones más acertadas. El segundo paso podría ser darles a los jurados acceso a las transcripciones en lugar de obligarlos a depender de sus recuerdos en el procesamiento de información compleja (Bourgeois et al., 1993). Una medida adicional sería idear y probar maneras más claras y eficaces de presentar información; una tarea a la que se han dedicado muchos psicólogos sociales. Por ejemplo, cuando un juez cuantifica el estándar de prueba requerido (por ejemplo, en términos de certeza del 51, 71 o 91%), los jurados comprenderán y responderán de manera apropiada (Kagehiro, 1990). Y seguramente debe haber una forma más sencilla de decirles a los miembros del jurado, como lo requiere la Ley de Pena de Muerte de Illinois, que no deben imponer la pena de muerte en casos de asesinato en los que haya circunstancias justificantes: "si a partir de la consideración de toda la evidencia no encuentran de manera unánime que no existen factores mitigantes suficientes que impidan la imposición de la pena de muerte, deben firmar un veredicto donde se pida a la corte que imponga una sentencia distinta a la de muerte" (Diamond, 1993). Cuando a los jurados se les ofrecen instrucciones reescritas en un lenguaje sencillo, son menos susceptibles a los prejuicios del juez (Halverson et al., 1997; Smith y Haney, 2011).

Phoebe Ellsworth y Robert Mauro (1998) resumieron las terribles conclusiones de los investigadores de jurados: "típicamente, las instrucciones legales se ofrecen de una manera que quizás frustre los intentos más concienzudos de comprensión... El lenguaje es técnico y... no se hace ningún esfuerzo ni para evaluar las preconcepciones erradas de los jurados en cuanto a la ley ni para ofrecerles ningún tipo de educación valiosa". Cuando, a diferencia de lo anterior, las instrucciones para el jurado se escriben en un lenguaje "común y corriente" más entendible, la comprensión aumenta. Y todavía mejores son las instrucciones que definen los términos clave, eliminan información irrelevante al caso en particular y utilizan los nombres de los implicados en lugar de términos como "el indiciado" (Smith y Haney, 2011).

SELECCIÓN DE LOS JURADOS

©Dave Coverly. Speedbump.com

Dadas las variaciones entre jurados individuales, ¿los abogados litigantes pueden utilizar el proceso de selección de los miembros del jurado para inclinarlo a su favor? Un presidente de la Asociación de Abogados Litigantes de Estados Unidos proclamó con descaro: "los abogados litigantes están finamente sintonizados a los matices del comportamiento humano, lo que les permite descubrir los rastros más mínimos de prejuicio o de la incapacidad para llegar a la decisión apropiada" (Bigam, 1977). En realidad, los abogados, como el resto de nosotros, se encuentran vulnerables al exceso de confianza. Por ejemplo, sobrestiman sus probabilidades de alcanzar sus metas (como la exoneración) en los casos judiciales así como su capacidad para "leer" a los jurados (Goodman-Delahunty et al., 2010).

Conscientes de que las evaluaciones que las personas hacen de otras están propensas al error, los psicólogos sociales dudan que los abogados estén equipados con contadores Geiger sociales especialmente sensibles. En alrededor de 6 000 juicios por año en Estados Unidos, existen consultores, muchos de ellos psicólogos sociales, que ayudan a los litigantes a elegir jurados y planear su estrategia (Gavzer, 1997; Hutson, 2007; Miller, 2001).

Muchos abogados litigantes de la actualidad utilizan la selección científica de jurados para identificar las preguntas que pueden plantear para excluir a aquellas personas prejuiciadas en contra de sus clientes y la mayoría ha informado que se siente satisfecha con los resultados (Gayoso et al., 1991; Moran et al., 1994). Si un juez les dice: "levanten la mano si han leído cualquier cosa relacionada con el caso y que pudiera prejuiciarlos", la mayoría de los jurados no reconocerá sus preconcepciones de manera directa. Pero si, por ejemplo, el juez permite que un abogado verifique las actitudes de los jurados prospectivos en relación con las drogas, es frecuente que el abogado pueda adivinar a qué veredicto llegarían en un caso de tráfico de drogas (Moran et al., 1990). De la misma manera, las personas que reconozcan que "no tienen mucha fe en el testimonio de los psiquiatras" tendrán menos probabilidades de aceptar un alegato de enajenación mental (Cutler et al., 1992).

"Cuidado con los luteranos, en especial los escandinavos; es casi seguro que condenen al acusado".

—Clarence Darrow, "How to Pick a Jury", 1936

Los individuos reaccionan de manera diferente a características específicas de un caso. El prejuicio racial se vuelve relevante en casos con una carga racial; el género parece ligarse a veredicto solo en casos de violación y de mujeres golpeadas; la creencia en la responsabilidad personal contra la responsabilidad corporativa se relaciona con las indemnizaciones por lesiones personales en las demandas en contra de empresas (Ellsworth y Mauro, 1998).

A pesar de la emoción, y la preocupación ética, en torno a la selección científica de jurados, algunos experimentos revelan que las actitudes y las características personales son factores de predicción débiles en cuanto a veredictos (Lieberman, 2011). No existen "preguntas mágicas que plantearles a los jurados prospectivos", advierten Steven Penrod y Brian Cutler (1987). Los investigadores Michael Saks y Reid Hastie (1978) concuerdan: "los estudios muestran de manera unánime que la evidencia es un determinante sustancialmente más poderoso de los veredictos de los jurados que las características de los miembros individuales de estos" (p. 68).

JURADOS CALIFICADOS PARA JUICIOS QUE IMPLICAN PENA DE MUERTE

No obstante, un caso *reñido* sí puede decidirse según las personas que se hayan seleccionado para el jurado. En los casos criminales, las personas que no se oponen a la pena de muerte, y que por tanto son candidatas a servir como jurados cuando existe la posibilidad de que se imponga esta última, tienen mayores probabilidades de favorecer a la fiscalía, de sentir que los tribunales miman a los criminales y de oponerse a la protección de los derechos constitucionales de los acusados (Bersoff, 1987). Dicho de manera sencilla, estos jurados "calificados" para imponer la pena de muerte están más preocupados por el control del delito y menos preocupados por el debido proceso. Cuando un tribunal desecha a jurados potenciales que expresan sus dudas morales respecto a la pena de muerte, está construyendo un jurado que tiene mayores probabilidades de votar por una sentencia condenatoria.

"El tipo de jurado que no se viera perturbado por la posibilidad de enviar a un hombre a morir... es el tipo de jurado que con demasiada facilidad ignoraría la presunción de inocencia del acusado, que aceptaría la versión de los hechos que le ofreciera la fiscalía y que emitiría una sentencia de culpabilidad".

—Suprema Corte de Estados Unidos, *Witherspoon v. Illinois,* 1968

En cuanto a este tema, los científicos sociales se encuentran en "virtual unanimidad... en relación con los efectos prejuiciosos de la calificación para imponer la pena de muerte", informó Craig Haney (1993). El registro de investigaciones está "unificado", informó Phoebe Ellsworth (1985, p. 46): "los imputados en casos de pena capital se enfrentan al impedimento adicional de jurados predispuestos a hallarlos culpables". En adición a esto, los jurados tendientes a condenar también suelen ser más autoritarios: más rígidos, más punitivos, más cerrados a las circunstancias atenuantes y desdeñosos de aquellas personas de estatus inferior (Gerbasi et al., 1977; Luginbuhl y Middendorf, 1988; Moran y Comfort, 1982, 1986; Werner et al., 1982).

Debido a que el sistema legal opera con base en la tradición y en los precedentes, estos hallazgos de investigación alteran las prácticas judiciales solo con enorme lentitud. En 1986, la Suprema Corte de Justicia de Estados Unidos, en una decisión dividida, anuló el fallo de un tribunal inferior en cuanto a que los jurados calificados efectivamente constituían una muestra sesgada. Ellsworth (1989) pensó que, en este caso, la Suprema Corte había ignorado la evidencia sustancial y consistente en parte debido a su "compromiso ideológico con la pena capital" y, en parte, debido al caos resultante que se hubiera sembrado si las condenas de miles de personas en el corredor de la muerte tuvieran que reconsiderarse. La solución, si la Suprema Corte alguna vez quisiera adoptarla para casos a futuro, sería convocar a jurados separados que (a) determinaran la culpabilidad del imputado en casos de pena capital y, en caso de emitir un fallo de culpabilidad, (b) escucharan evidencia adicional en cuanto a los factores precipitantes del caso para decidir entre la pena de muerte o la prisión.

Pero aquí hay un tema más importante de por medio: el que la pena de muerte misma caiga bajo la prohibición en contra del "castigo cruel y desmedido" que está plasmada en la Constitución de Estados Unidos. Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Europa occidental y la mayoría de los países de Sudamérica prohíben la pena de muerte. Allí, como en Estados Unidos, las actitudes públicas tienden a apoyar la práctica dominante (Costanzo, 1997). Pero las actitudes estadounidenses a favor de la pena de muerte parecen estar suavizándose. Después de alcanzar 80% en 1994, el apoyo a la pena capital se redujo a 63% en 2011 (Gallup, 2014).

En sus deliberaciones relacionadas con el tema, los tribunales de Estados Unidos han considerado si las cortes imponen la pena de muerte de manera arbitraria, si se aplica con bases raciales y si el asesinato legalizado es un elemento de disuasión para el asesinato ilegal. Las respuestas que las ciencias sociales dan a estas preguntas son contundentes (Costanzo, 1997; Haney y Logan, 1994). Considere el tema de la disuasión. Los estados que cuentan con la pena de muerte no tienen tasas inferiores de asesinato. Las tasas de asesinato no han caído en los estados en los que se ha instituido la pena de muerte ni han aumentado en aquellos en que se ha abolido. En el momento en que cometen un crimen pasional, las personas no se detienen a considerar las consecuencias de sus actos (que incluyen la cadena perpetua sin posibilidad de libertad condicional como otro poderoso elemento de disuasión). Además, la pena de muerte se aplica de manera inconstante (en Texas se lleva a cabo con 40 veces mayor frecuencia que en el estado de Nueva York). Y, además, se aplica con mayor frecuencia en contra de indiciados pobres que de manera frecuente reciben una defensa deficiente (Johnson y Johnson, 2001; *The Economist*, 2000). No obstante, la Suprema Corte ha determinado que aceptar solo a jurados calificados proporciona un jurado representativo de pares y que "indudablemente, la pena de muerte es un elemento de disuasión significativo".

Al dejar de lado las consideraciones humanitarias, responden los azorados científicos sociales, ¿cuál es la razón fundamental para aferrarse a suposiciones e instituciones reverenciadas frente a la evidencia contrapuesta? ¿Por qué no someter nuestras ideas culturales a prueba? Si encuentran sustento, qué maravilla. Si se estrellan contra un muro de evidencia contradictoria, lástima. Estos son los ideales del pensamiento crítico que motivan tanto a la psicología científica como a la democracia civil.

EN RESUMEN: ¿Qué influye en el jurado individual?

- Los psicólogos sociales están interesados no solo en las interacciones entre testigos, jueces y jurados, sino en lo que sucede dentro y entre los miembros individuales del jurado. Una preocupación importante es la capacidad de cada jurado para comprender la evidencia, en especial cuando implica las estadísticas que indican la probabilidad de que una persona dada haya cometido un delito.
- A menudo, los abogados litigantes utilizan a consultores de jurado para ayudarlos a seleccionar a los miembros que serán más solidarios con su caso. Por ejemplo, las personas que están al tanto de la publicidad anterior al juicio pueden estar descalificadas para prestar sus servicios en el jurado.
- En los casos en que es posible que se aplique la pena de muerte, los abogados pueden descalificar a cualquier jurado potencial que esté en contra de la pena capital en principio. Las investigaciones en psicología social sostienen que esto, en sí, produce un jurado prejuiciado, pero la Suprema Corte emitió un fallo contrario a lo anterior.

¿CÓMO AFECTAN LAS INFLUENCIAS GRUPALES A LOS JURADOS?

Explique la forma en que los prejuicios de los jurados individuales se funden en una decisión grupal y qué puede influir en el resultado.

Imagine un jurado que acaba de terminar un juicio y que entra a la sala designada para comenzar sus deliberaciones. En dos de cada tres ocasiones, los jurados *no* estarán de acuerdo con un veredicto de manera inicial. Sin embargo, después de discutir el caso, 95% de los jurados llega a un consenso (Kalven y Zeisel, 1966). Un tercio de los miembros indica que hubieran votado en contra de la decisión del jurado si hubiesen votado de forma individual (Waters y Hans, 2009). Se ha producido la influencia grupal.

¿Los miembros de un jurado están sujetos a las influencias sociales que moldean a los demás grupos de decisión, a los patrones de influencia mayoritaria y minoritaria? ¿A la polarización de grupos? ¿Al pensamiento grupal? Empecemos con una pregunta sencilla: si conociéramos las tendencias iniciales de cada miembro del jurado, ¿podríamos predecir su veredicto?

La ley prohíbe observar las deliberaciones reales de los jurados, de modo que los investigadores tienen que simular el proceso. Presentan casos frente a jurados simulados y les piden que deliberen de la manera en que lo haría un jurado verdadero. En una serie de estudios de este tipo, los investigadores sometieron a prueba diversos modelos matemáticos para la predicción de decisiones grupales, incluyendo las decisiones de estos jurados simulados (Davis et al., 1975, 1977, 1989; Kerr et al., 1976). ¿Existe alguna combinación matemática de decisiones iniciales que prediga la decisión final del grupo? En diversos experimentos, el esquema de "mayoría de dos tercios" es la que mejores resultados obtuvo: el veredicto del grupo por lo general fue la alternativa favorecida por al menos dos tercios de los miembros del jurado desde el inicio. Sin una mayoría de este calibre, lo más probable era un jurado en desacuerdo.

De la misma manera, en una encuesta de jurados, nueve de cada diez alcanzó el veredicto favorecido por la mayoría en la votación inicial (Kalven y Zeisel, 1966). Aunque tengamos la fantasía de algún día ser el miembro solitario de un jurado que se enfrenta y convence a la mayoría, es raro que eso suceda.

INFLUENCIA MINORITARIA

Un jurado típico de 12 miembros es como una clase típica en una universidad pequeña: las tres personas más calladas rara vez hablan y las tres personas más parlanchinas contribuyen con más de 50% de la charla (Hastie et al., 1983). En un juicio, los cuatro miembros del jurado que estaban a favor de la exoneración persistieron, se expresaron en forma abierta y, a la larga prevalecieron. A partir de las investigaciones de la influencia minoritaria, sabemos que los jurados de la minoría serán los más persuasivos cuando son consistentes, persistentes y confiados. Esto es especialmente cierto si pueden ocasionar que haya defecciones de la mayoría (Gordijn et al., 2002; Kerr, 1981b)

POLARIZACIÓN DE GRUPO

Las deliberaciones del jurado también cambian las opiniones de las personas en otras maneras interesantes. En algunos experimentos, las deliberaciones con frecuencia magnifican los sentimientos iniciales (Takada y Murata, 2014). Por ejemplo, los estudiantes de la Universidad de Kentucky escucharon una cinta de 30 minutos de duración de un juicio por asesinato y se les pidió que recomendaran una sentencia de prisión. Inicialmente, los grupos con varios estudiantes con elevadas actitudes autoritarias recomendaron castigos severos (56 años de prisión) e incluso fueron todavía más punitivos después de deliberarlo (68 años). Los grupos con menos miembros autoritarios fueron más indulgentes de inicio (38 años) y, después de deliberaciones, fueron todavía más indulgentes (29 años) (Bray y Noble, 1978). En contraste, con frecuencia la diversidad del grupo modera los juicios. En comparación con blancos que juzgan a acusados negros en jurados simulados compuestos solo de miembros blancos, aquellos que sirven en jurados simulados racialmente mixtos inician sus deliberaciones expresando una mayor indulgencia y exhiben una mayor amplitud de mente a un rango más amplio de información (Sommers, 2006).

La confirmación de la polarización de grupos en los jurados proviene de un ambicioso estudio de 69 jurados simulados de 12 miembros cada uno. A cada jurado se le mostró la representación de un caso verdadero de asesinato, con papeles que representaron un juez experimentado y abogados verdaderos. Se les dio un tiempo ilimitado para deliberar el caso en una sala de jurados. Como lo muestra la **figura 15.5**, la evidencia era incriminatoria: antes de las deliberaciones, cuatro de cada cinco jurados votaron a favor de la culpabilidad del acusado, pero se sintieron lo bastante inseguros como para que el veredicto menor de homicidio imprudencial fuera su preferencia más popular. Después de sus deliberaciones, casi todos acordaron que el indiciado era culpable y la mayoría prefirió un veredicto más riguroso: asesinato en segundo grado (Hastie et al., 1983). A través de las deliberaciones, las inclinaciones iniciales del jurado se potenciaron; un ejemplo clásico de polarización de grupo (para un ejemplo adicional, vea Acercamiento a la investigación: polarización grupal en un entorno judicial natural).

CLEMENCIA

En varios experimentos también surgió otro efecto curioso de las deliberaciones: en especial cuando la evidencia no es muy inculpatoria, los jurados con frecuencia se volvieron más clementes a lo largo del curso de sus deliberaciones y se volvió más probable que emitieran un fallo de no culpabilidad (MacCoun y Kerr, 1988). Incluso si solo una ligera mayoría favorece el fallo de no culpabilidad de inicio, suele suceder que prevalezca (Stasser et al., 1981). Además, una minoría que favorezca un veredicto de no culpabilidad tiene mejores probabilidades de prevalecer que aquella que favorezca condenar al inculpado (Tindale et al., 1990).

"Es mejor que escapen diez personas culpables a que sufra un solo inocente".

—William Blackstone, *Commentaries on the Laws of England,* 1769

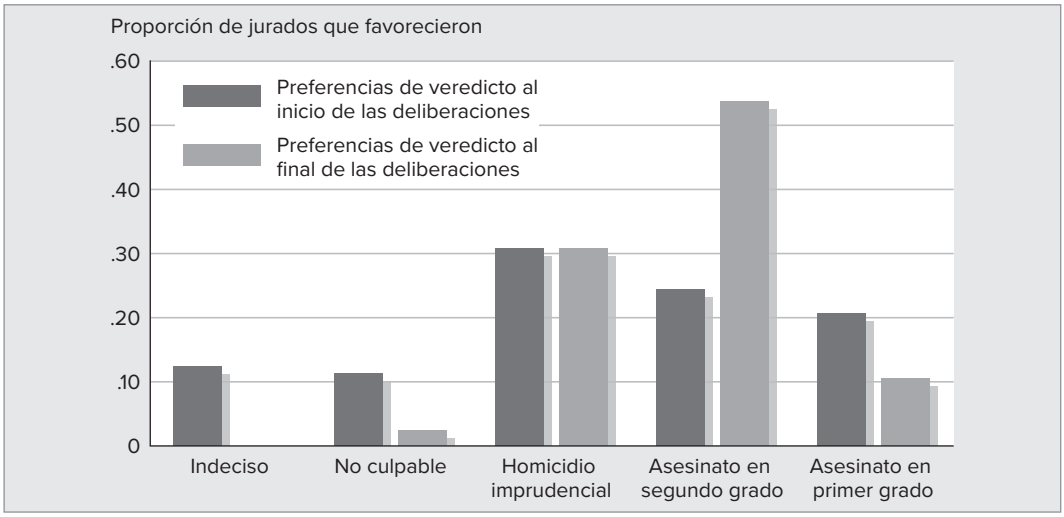
Una vez más, una encuesta de jurados reales confirma los resultados de laboratorio. Cuando la mayoría no prevalece, el cambio suele ser de culpable a no culpable (Kalven y Zeisel, 1966). Si un el juez no está de acuerdo con la decisión del jurado, generalmente es porque el este absolvió a alguien que el juez habría condenado.

¿La *influencia informativa* (que se deriva de los argumentos persuasivos de otros) explica este aumento de clemencia? Las reglas de "inocente hasta que se pruebe lo contrario" y "prueba más allá de la duda

FIGURA 15.5

Polarización de grupo en jurados

En simulaciones altamente realistas de un juicio por asesinato, 828 jurados de Massachusetts indicaron sus preferencias iniciales en cuanto al veredicto y, después, deliberaron el caso por periodos que variaron de tres horas a cinco días. Las deliberaciones fortalecieron las tendencias iniciales que favorecían a la fiscalía.
Fuente: de Hastie et al., 1983.



acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Polarización grupal en un entorno judicial natural

En los jurados simulados, las deliberaciones con frecuencia amplifican las inclinaciones individuales de cada miembro. ¿Esta polarización grupal sucede en los casos verdaderos? Cass Sunstein, David Schkade y Lisa Ellman (2004) nos muestran la manera en que los investigadores pueden reunir datos de entornos naturales cuando se explotan los fenómenos de la psicología social. Sus datos fueron 14 874 votos de jueces en 4 958 paneles de tres jueces en tribunales de circuito de Estados Unidos (en estos "tribunales de apelaciones" federales, la apelación casi siempre se presenta ante tres jueces de dicho tribunal).

Primero, Sunstein y sus colaboradores preguntaron si los votos de los jueces tendían a reflejar la ideología del presidente republicano o demócrata que los hubiera designado. De hecho, al votar en casos con matices ideológicos que involucraban la acción afirmativa, la normatividad ambiental, las finanzas de campaña y el aborto, los jueces designados por un demócrata apoyaron la postura liberal con mayor frecuencia que los jueces designados por un republicano. No era de sorprender. Eso es lo que suponen los presidentes y los miembros de sus partidos cuando buscan la aprobación de sus nominados judiciales de ideas afines ante el Congreso.

¿Se amplificarían dichas tendencias cuando el panel contara con tres jueces designados por un mismo partido? ¿Tres jueces designados por un republicano se mostrarían conservadores con más frecuencia que el designado republicano promedio? ¿Y tres jueces designados por un demócrata serían con frecuencia más liberales que un juez demócrata promedio? ¿O acaso los jueces votarían según sus conciencias sin influencia de sus copartícipes? El **cuadro 15.2** presenta lo que encontraron.

Observe que cuando tres jueces designados por un mismo partido (RRR o DDD) formaban un panel, era más probable que votaran según la preferencia ideológica de su partido que el juez individual promedio. La polarización que se exhibió en las ternas de ideología similar, informó el equipo de Sunstein, "se confirmó en muchas áreas, incluyendo acción afirmativa, financiamiento de campañas, discriminación sexual, acoso sexual, penetración en el velo corporativo, discriminación a discapacitados, discriminación racial y revisión de normas ambientales" (aunque no en casos volátiles políticos, donde los jueces votaron según sus convicciones bien formadas).

Sunstein y sus colegas ofrecieron un ejemplo: si los tres jueces "creían que un programa de acción afirmativa era inconstitucional y no había otro juez disponible que argumentara a su favor, el intercambio de argumentos en la sala sugerirá que dicho programa es genuinamente inconstitucional". Concluyeron que esta era una instancia de polarización grupal en acción: un ejemplo de "uno de los hallazgos más notables en las ciencias sociales modernas: los grupos de personas con mentalidades parecidas tienden a irse a los extremos".

CUADRO 15.2 Proporción de votos "liberales" por parte de jueces individuales y de paneles de tres jueces

	Votos de jueces individuales		Votos de los jueces individuales, según la composición del panel			
	Partido					
Ejemplos de tipo de caso	**R**	**D**	**RRR**	**RRD**	**RDD**	**DDD**
Financiamiento de campaña	.28	.46	.23	.30	.35	.80
Acción afirmativa	.48	.74	.37	.50	.83	.85
Ambiente	.46	.64	.27	.55	.62	.72
Discriminación sexual	.35	.51	.31	.38	.49	.75
Promedio en 13 tipos de casos	.38	.51	.34	.39	.50	.61

D, designado por un demócrata; R, designado por un republicano

Los jurados en desacuerdo rara vez representan un problema: de entre los 59 511 casos penales en las cortes estadounidenses durante un periodo de 13 años, 2.5% terminaron en desacuerdo, como también lo hizo un mero 0.6% de 67 992 procesos civiles a nivel federal (Saks, 1998).

razonable" colocan la carga de la prueba sobre aquellos que favorecen la condena. Quizá esto haga que la evidencia que sustenta la inocencia del acusado sea más persuasiva. O quizá sea la *influencia normativa* la que crea este efecto de clemencia, mientras los jurados que se consideran imparciales se confrontan con otros que están aún más preocupados con la posible inocencia del imputado.

¿DOCE CABEZAS PIENSAN MÁS QUE UNA?

Cuando un problema cuenta con una respuesta objetiva correcta, los juicios grupales superan aquellos de la mayoría de los individuos. ¿Sucede lo mismo en los jurados? Cuando deliberan, los jurados ejercen una presión normativa al tratar de cambiar el juicio de otros por medio del mero peso de sus propios juicios. Pero también comparten información, con lo que amplían la comprensión de todos los involucrados. Así entonces, ¿la influencia informativa produce un juicio colectivo superior?

La evidencia, aunque escasa, es alentadora. Los grupos recuerdan la información proveniente del juicio mejor que los miembros individuales (Vollrath et al., 1989). Las deliberaciones también tienden a cancelar ciertos sesgos y alejan la atención de los jurados de sus propios prejuicios para dirigirla a la evidencia. Al parecer, doce cabezas sí piensan más que una.

¿SEIS CABEZAS PIENSAN IGUAL QUE DOCE?

De conformidad con su herencia británica, los jurados de Estados Unidos y de Canadá tradicionalmente se componen de 12 personas cuya tarea es llegar a un consenso: a un veredicto unánime. Sin embargo, en casos civiles y en casos criminales estatales en donde no existe el potencial de la pena de muerte, la Suprema Corte dictaminó, a principios del decenio de 1970, que los tribunales podían utilizar jurados que se compusieran de seis personas. ¿Estos jurados operan de la misma manera que los jurados de 12 personas?

"Hemos considerado [los estudios de las ciencias sociales] con sumo cuidado porque proporcionan la única base, en adición a las corazonadas judiciales, para tomar la decisión de si los jurados cada vez más pequeños puedan satisfacer los propósitos y funciones de la Sexta Enmienda".

—Ministro Harry Blackmun, *Ballew v. Georgia,* 1978

Muchos eruditos legales y psicólogos sociales argumentan que la respuesta es no (Saks, 1974, 1996). Primero, considere las estadísticas. Por ejemplo, si 10% del total de jurados potenciales de una comunidad se compone de personas negras, 72% de los jurados de 12 personas, pero solo 47% de los jurados de seis personas pueden esperar tener al menos una persona negra. Así, es posible que los jurados más pequeños tengan menores probabilidades de incluir a la diversidad de una comunidad.

Y, si en un caso dado, una sexta parte de los jurados estuviera a favor de la exoneración de manera inicial, eso representaría a una sola persona en un jurado de seis miembros, pero a dos personas en un jurado de 12. La Suprema Corte supuso que, en términos psicológicos, ambas situaciones serían idénticas. Pero como podrá recordar acerca de nuestra discusión anterior relacionada con la conformidad, resistirse a la presión del grupo es mucho más difícil para una minoría de uno que para una minoría de dos. En términos psicológicos, un desacuerdo de 10 contra dos en un jurado no es lo mismo que un desacuerdo de cinco contra uno. Así entonces, no es de sorprender que los jurados con 12 miembros tengan dos veces las probabilidades de terminar en un desacuerdo que los jurados de seis miembros (Ellsworth y Mauro, 1998; Saks y Marti, 1997).

El investigador de jurados, Michael Saks (1998) resume los hallazgos de investigación: "los jurados de mayor tamaño tienen más probabilidades que los jurados pequeños de contener miembros de grupos minoritarios, de recordar el testimonio que se ofreció con mayor precisión, de dedicarle más tiempo a las deliberaciones, de estancarse [terminar en un jurado en desacuerdo] con mayor frecuencia y también parecen tener mayores probabilidades de emitir veredictos 'correctos'".

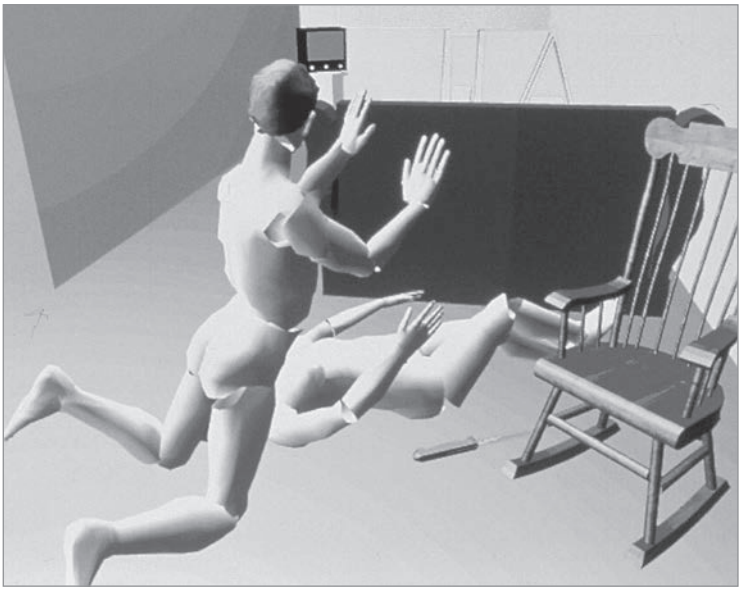
Los jurados de 12 miembros son más diversos y tienen deliberaciones más prolongadas que los jurados de seis miembros.
©bikeriderlondon/Shutterstock

En 1978, después de que se informara sobre algunos de estos estudios, la Suprema Corte rechazó a los jurados del estado de Georgia compuestos por cinco miembros. Al anunciar el fallo de la Corte, el ministro Harry Blackmun hizo uso de datos tanto lógicos como experimentales para argumentar que los jurados de cinco miembros serían menos representativos, menos confiables y menos acertados (Grofman, 1980). Irónicamente, muchos de estos datos provenían de las comparaciones entre jurados de seis y de 12 miembros, por lo que argumentaban en contra de los jurados de seis miembros. Pero después de haber hecho y defendido un compromiso

público con los jurados de seis miembros, la Suprema Corte no quedó convencida de que estos mismos argumentos pudieran aplicarse (Tanke y Tanke, 1979).

DEL LABORATORIO A LA VIDA: JURADOS REALES Y SIMULADOS

Quizá, durante su lectura del presente capítulo, se haya preguntado lo mismo que se han preguntado algunos críticos (Tapp, 1980; Vidmar, 1979): ¿acaso no existe una enorme brecha entre un grupo de estudiantes universitarios que discuten un caso hipotético y jurados reales que deliberan el destino de una persona verdadera? De hecho, así es. Una cosa es ponderar una decisión simulada con un mínimo de información y otra por completo diferente atormentarse sobre las complejidades y consecuencias profundas de un caso real. De modo que Reid Hastie, Martin Kaplan, James Davis, Eugene Borgida y otros les pidieron a sus participantes, que en ocasiones se tomaron de grupos reales de jurados potenciales, que observaran representaciones de juicios verdaderos. Estas representaciones fueron tan realistas que hubo ocasiones en que los participantes olvidaron que el juicio que estaban viendo por televisión era escenificado (Thompson et al., 1981).



Los abogados están utilizando nuevas tecnologías para presentar historias delictivas en formas que los jurados puedan comprender con facilidad, como en esta simulación informática de un homicidio que se generó con base en la evidencia forense. ©Alexander Jason

Los jurados simulados conformados por estudiantes también se compenetran en el proceso. "Cuando escuché secretamente a los jurados simulados —recordó el investigador Norbert Kerr (1999)—, quedé fascinado por los perspicaces argumentos de los miembros, por la mezcla de sorprendentes recordaciones y la invención de recuerdos, por sus prejuicios, por sus intentos de persuadir o coaccionar y por su ocasional valentía al quedarse solos. ¡Aquí, materializados frente a mis ojos, estaban dándose tantos de los procesos psicológicos que había estado estudiando! Aunque nuestros jurados estudiantiles comprendían que solo estaban simulando un juicio real, verdaderamente les importaba llegar a un veredicto justo".

La Suprema Corte de Estados Unidos (1986) debatió la utilidad de las investigaciones acerca de jurados en su decisión relacionada con la disposición de jurados calificados en casos de pena capital. A nivel constitucional, los acusados tienen un "derecho a un juicio justo y a un jurado imparcial cuya composición no esté prejuiciada a favor de la fiscalía". Los jueces discrepantes argumentaron que ese derecho se estaba violando cuando el jurado incluía solo a miembros que estuvieran de acuerdo con la pena de muerte. Su argumento, afirmaron, se basaba sobre todo en "la unanimidad esencial de los resultados que han obtenido los investigadores con diferentes sujetos y metodologías variadas". Sin embargo, la mayoría de los ministros declaró: "las serias dudas relacionadas con el valor de dichos estudios en cuanto a la predicción del comportamiento de jurados reales". Los ministros que no estuvieron de acuerdo respondieron que los tribunales no habían permitido que se llevaran a cabo experimentos con jurados reales; por ende "a los acusados que afirman que existe un prejuicio que se deriva de los jurados calificados para emitir una sentencia de muerte no debe negárseles el recurso al único medio para probar su afirmación".

Los investigadores también defendieron las simulaciones de laboratorio al advertir que el laboratorio ofrece un método práctico y económico para estudiar temas importantes bajo condiciones controladas (Dillehay y Nietzel, 1980; Kerr y Bray, 2005). A medida que los investigadores empiezan a someterlos a prueba en situaciones más realistas, los hallazgos de los estudios de laboratorio se han mantenido más que bien. Nadie sostendría que el mundo simplificado de los experimentos con jurados refleje el complejo mundo de los tribunales de la vida real. Más bien, los experimentos nos permiten formular teorías con las que podemos interpretar el mundo más complejo.

Y, pensándolo bien, ¿estas simulaciones con jurados son en algo diferentes a los demás experimentos de la psicología social en los que se crean versiones simplificadas de realidades más complejas? Por medio de la variación de tan solo uno o dos factores a la vez dentro de esta realidad simulada, el experimentador puede especificar cómo es que pueden afectarnos los cambios en uno o dos aspectos de una situación. Y eso, en esencia, es el método experimental de la psicología social.

EN RESUMEN: ¿Cómo afectan las influencias grupales a los jurados?

- Los jurados son grupos y se ven afectados por las mismas influencias que tienen otros tipos de grupos. Por ejemplo, los miembros más parlanchines de un jurado tienden a acaparar las discusiones, mientras que los miembros más callados tienen poco que decir.
- A medida que el jurado delibera, los puntos de vista contrarios pueden volverse más afianzados y polarizados.
- En especial en los casos en que la evidencia no es altamente incriminatoria, la deliberación puede hacer que los jurados sean más clementes de lo que eran de origen.
- El jurado de 12 miembros es una tradición que se deriva del derecho consuetudinario de Inglaterra. Los investigadores han encontrado que un jurado de estas dimensiones permite que exista una diversidad razonable entre los miembros, una mezcla de opiniones y orientaciones y un mejor recuerdo de la información.
- Los investigadores también han analizado y cuestionado las suposiciones subyacentes a muchos de los fallos de la Suprema Corte de Justicia de Estados Unidos en cuando a las discusiones que han dado lugar a jurados más pequeños y no unánimes.
- Los jurados simulados no son verdaderos, de modo que debemos de ejercer cautela al generalizar los hallazgos de investigación a tribunales verdaderos. No obstante, como en todo experimento de la psicología social, los experimentos de laboratorio con jurados nos pueden ayudar a formular teorías y principios que se pueden utilizar para interpretar el mundo más complejo de la vida cotidiana.

POSDATA: Pensamiento inteligente por medio de la ciencia psicológica

Una idea intelectual de moda que en ocasiones se denomina "postmodernismo" afirma que la verdad es un constructo social, que el conocimiento siempre refleja a las culturas que lo generan. De hecho, como lo hemos señalado en repetidas ocasiones en la presente obra, es frecuente que sigamos nuestras corazonadas, nuestros sesgos, nuestras tendencias culturales. Los científicos sociales no son inmunes al sesgo de confirmación, a la perseverancia de creencias, al exceso de confianza y al poder prejuicioso de las preconcepciones. Nuestras ideas y valores preconcebidos guían nuestro desarrollo de teorías, nuestras interpretaciones, nuestros temas de elección y nuestro lenguaje.

Estar atentos a los valores ocultos dentro de la ciencia psicológica debe motivarnos a limpiar las borrosas gafas a través de las cuales percibimos al mundo. Conscientes de nuestra vulnerabilidad a los sesgos y al error, podemos abrirnos paso entre los dos extremos; la ingenuidad ante una psicología cargada de valores que pretende ser neutral en cuanto a ellos, o vernos tentados a un subjetivismo irrestricto que desecha la evidencia al considerarla como nada más que una colección de sesgos. En un afán de humildad, podemos someter las ideas comprobables a prueba. Si pensamos que la pena de muerte puede (o no) disuadir los delitos más que otros castigos disponibles, podemos expresar nuestras opiniones personales y preguntar si los estados en Estados Unidos que cuentan con la pena capital tienen menores tasas de asesinatos, si las tasas de asesinato han disminuido después de instaurar la pena de muerte y si han aumentado después de abolir ese castigo.

Como ya hemos visto, la Suprema Corte tomó en cuenta la evidencia de las ciencias sociales al no permitir que existieran los jurados de cinco miembros y al finalizar la segregación en las escuelas. Pero ha ignorado las investigaciones que ofrecen opiniones en cuanto a si la pena de muerte sirve para disuadir el crimen, si la sociedad considera que las ejecuciones son lo que prohíbe la Constitución de Estados Unidos ("castigo cruel y desmedido"), si las cortes aplican dicho castigo de manera arbitraria, si se aplica con un prejuicio racial y si los jurados potenciales a los que se selecciona en virtud de su aceptación de la pena de muerte están sesgados al favorecer la condena.

En efecto, las creencias y los valores guían las percepciones de los jueces, de la misma manera en que lo hacen en el caso tanto de científicos como de legos. Y esa es la razón por la que necesitamos pensar de manera más inteligente: refrenar nuestras corazonadas y sesgos sometiéndolos a comprobación contra la evidencia disponible. Si nuestras creencias encuentran un sustento, qué maravilla. De lo contrario, es una lástima. Esa es la humildad de espíritu que subyace tanto a la psicología científica como al pensamiento crítico cotidiano.

Psicología social y futuro sostenible

CAPÍTULO

16

©maxstockphoto/Shutterstock

“No heredamos la tierra de nuestros ancestros, la tomamos prestada de nuestros hijos”.

—Proverbio haida (pueblo nativo de América del Norte)

Psicología y cambio climático

Posibilitar la vida sostenible

La psicología social del materialismo y la riqueza

Posdata: ¿Cómo se vive responsablemente en el mundo moderno?

"La evidencia es abrumadora: las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera están aumentando. Las temperaturas ascienden. Las primaveras llegan más pronto y las capas de hielo se derriten. El nivel del mar está aumentando. Los patrones de lluvias y sequías están cambiando. Las olas de calor están empeorando, al igual que la precipitación extrema. Los océanos se están acidificando".

—American Association for the Advancement of Science (AAAS), *Lo que sabemos: la realidad, riesgos y respuesta al cambio climático,* 2014

Imagínese en una gigantesca nave espacial que viaja por nuestra galaxia. Para sostener su comunidad, la biosfera de la nave desarrolla plantas y cría animales. Al reciclar los desechos y manejar los recursos, la misión ha sido, hasta hace poco, sostenible a lo largo del tiempo y de generaciones nacidas a bordo.

El nombre de esa nave es Planeta Tierra y su creciente tripulación llega ahora a los 7.6 mil millones. Desgraciadamente, consume cada vez más sus recursos a una tasa insostenible que es 50% superior a la capacidad de la nave. Por ende, a la Tierra le toma un año y medio regenerar lo que utilizamos en un año (FootPrintNetwork.org, 2014). Con el crecimiento de la población y el consumo se presenta la deforestación, el agotamiento de las reservas de peces y la desestabilización del clima. Algunos miembros de la tripulación son especialmente demandantes. Para que los 7.6 mil millones lleven el estilo de vida estadounidense se requerirían cuatro planetas Tierra.

En 1960, la nave espacial Tierra transportaba tres mil millones de personas y 127 millones de vehículos automotores. En la actualidad, con más de siete mil millones de personas, cuenta con mil millones de vehículos. Los gases de efecto invernadero emitidos por los vehículos automotores, junto con la quema de carbón y petróleo para generar electricidad y calentar casas y edificios, están cambiando el clima terrestre. Para determinar cuánto y qué tan rápido está cambiando el clima, varios miles de científicos de todo el mundo colaboran para encontrar y revisar la evidencia a través del Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). El anterior director de su comité de evaluación científica, John Houghton (2011), informa que sus conclusiones, secundadas por las academias nacionales de ciencias de los 11 países más desarrollados del mundo, se afianzan en el esfuerzo científico más "rigurosamente investigado y revisado" de la historia humana.

El IPCC (2014), la American Association for the Advancement of Science (2014) y el Climate Science Special Report del Gobierno de Estados Unidos (Wuebbles et al., 2017) ofrecen cuantiosa evidencia del cambio climático, como se ilustra en la **figura 16.1**:

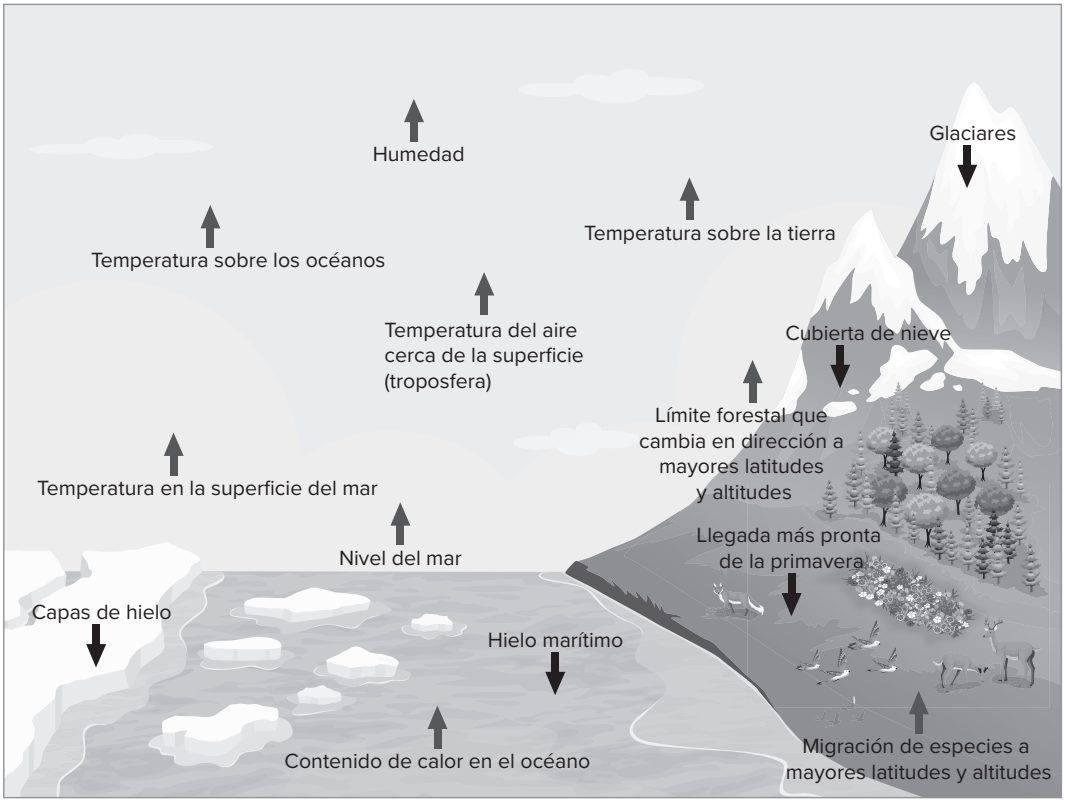


FIGURA 16.1

Sinopsis de los indicadores científicos del cambio climático mundial.
Fuente: Adaptado de Cook, J. (30 de diciembre de 2010). Las muchas líneas de evidencia del calentamiento global en una sola gráfica. www.SkepticalScience.com

- *Está aumentando la capa de gases de efecto invernadero que provocan calentamiento*. Cerca de la mitad del bióxido de carbono que emite la actividad humana desde la Revolución Industrial (desde 1750) permanece en la atmósfera (Royal Society, 2010). Ahora hay 45% más bióxido de carbono en la atmósfera y 157% más metano atmosférico que antes de la era industrial (World Meteorological Organization, 2017). A medida que se derrite el permafrost, la liberación de gas metano amenaza con complicar el problema (Carey, 2012).
- *Las temperaturas del mar y del aire se están elevando*. Las cifras (los hechos) no tienen tendencia política. El nuevo compendio estadounidense señala que desde 1901, la temperatura del aire en todo el mundo ha aumentado 1.0 °C (1.8 °F). Los 16 años más calurosos ocurrieron durante los últimos 17 años, donde cada año reciente ha establecido un nuevo récord (**figura 16.2**). Si el planeta no se está calentando, las variaciones

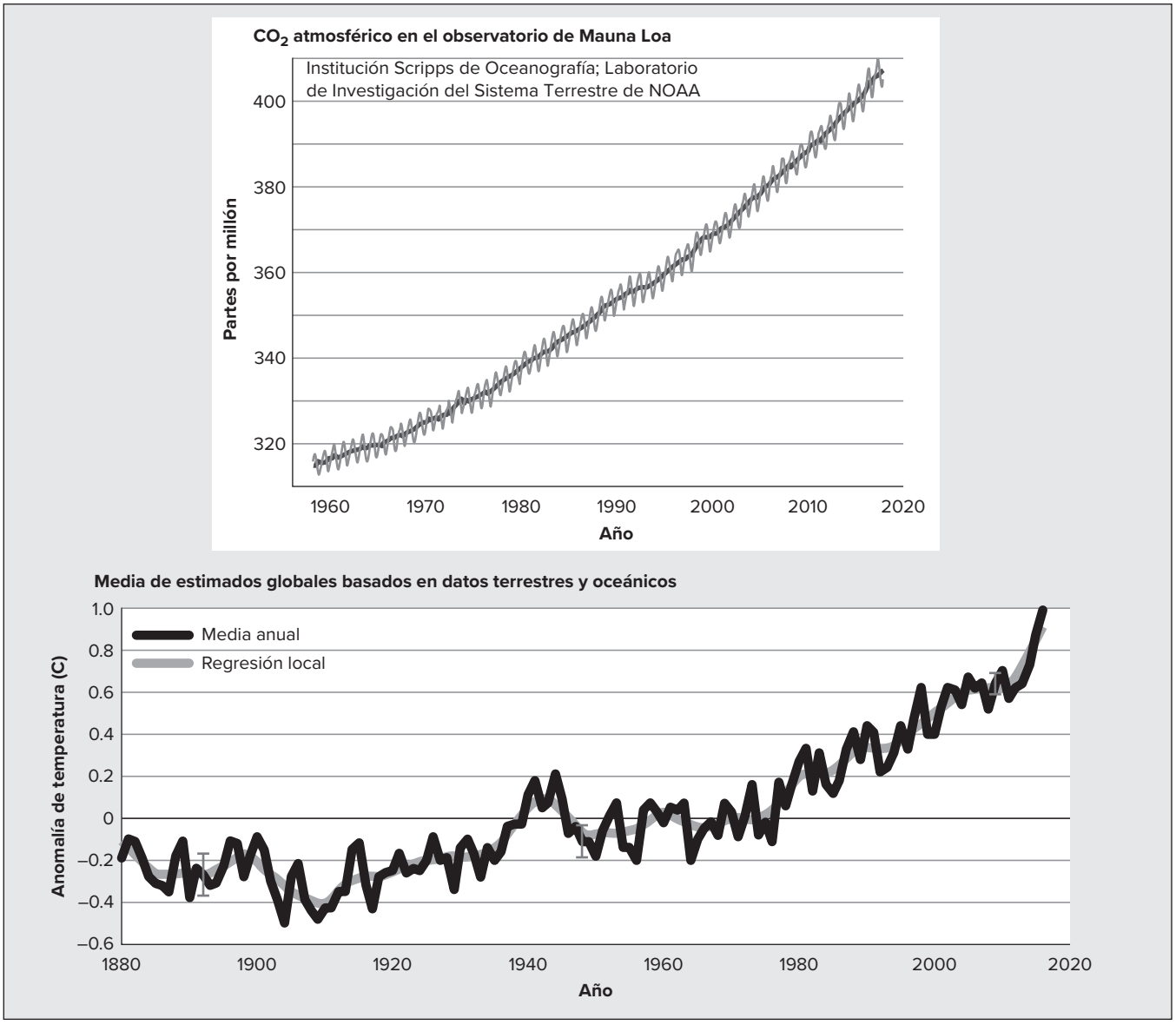


FIGURA 16.2

Cambio climático con esteroides

A medida que el CO_2 atmosférico se eleva, también aumentan las temperaturas globales.
Fuentes: Superior: NOAA (2018); Inferior: NASA (2018).

climáticas aleatorias deberían producir cifras iguales de récords de temperaturas altas y bajas. En realidad, los récords de alta temperatura superan en gran medida los récords de bajas temperaturas, con cerca de 6 a 1 en Estados Unidos (Wuebbles, et al., 2017). De modo similar, Australia ha experimentado más días de calor extremo que de frío (Siegel, 2013).

- *Diversas especies de plantas y animales están migrando*. En respuesta al calentamiento, los animales están migrando a altitudes mayores y hacia los polos de la Tierra, con pérdida anticipada de biodiversidad (Harley, 2011; Houghton, 2011).
- *Las placas de hielo y nieve se están derritiendo*. Como lo saben los osos polares, las capas de hielo ártico a finales de verano se han reducido sustancialmente (**figura 16.3**). La mayoría de los glaciares del Glacier National Park han desaparecido y las de Groenlandia se están encogiendo. A medida que los glaciares y placas de nieve se reducen, también eso sucede con el derretimiento y escurrimiento en el verano para irrigación.
- *Los mares se están elevando*. Las proyecciones del aumento en los niveles de los mares predicen grandes problemas para los pueblos árticos y para las tierras bajas, incluyendo Paquistán, el sur de China y las islas de los océanos Índico y Pacífico (Cornwall, 2016; Houghton, 2011; Nerem et al., 2018). En Estados Unidos, las inundaciones diarias de las mareas se están acelerando en 25 ciudades del Atlántico y del Golfo (Wuebbles et al., 2017).
- *El clima extremo está aumentando*. Cualquier evento climático individual (una ola de calor aquí, un huracán allá) no puede atribuirse al cambio climático. Los fenómenos climáticos extraños suceden, pero están ocurriendo con más frecuencia y ahora están "más allá de los límites de la variabilidad natural" (AMS, 2017; NAP, 2016). El 2017 estableció un récord en cuanto a los desastres climáticos más costosos en Estados Unidos (NCDC, 2017). En todo el mundo, el incremento en eventos climáticos extremos ha contribuido a un aumento en las pérdidas de las aseguradoras debido a catástrofes naturales (iii, 2017). Es más, los científicos climáticos informan que el calentamiento

"Si continúan las tendencias actuales, es muy posible que este siglo sea testigo de un cambio climático extraordinario y de una destrucción sin precedente de los ecosistemas, con graves consecuencias para todos nosotros".

—Papa Francisco, Encíclica *Laudato Si,* 2015

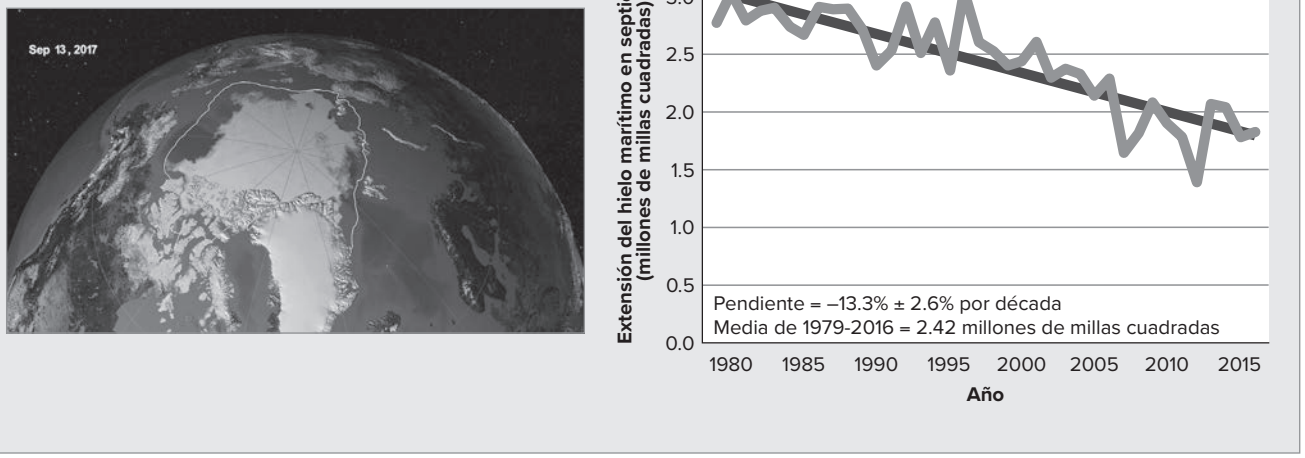


FIGURA 16.3

Contracción de la capa de hielo

El National Snow and Ice Data Center y la NASA muestran el mínimo de la capa de hielo ártico en septiembre de 2017, en comparación con la capa de hielo mínima promedio entre 1981-2010. La gráfica representa la reducción con cada año de la capa de hielo en septiembre.
(fotografía): *Fuente:* NASA; *Fuente:* derecha: NASA (2018).

mundial está creando olas de calor, sequías, incendios forestales, huracanes e inundaciones más intensas que provocan la pérdida de cosechas y ganado, además de vidas humanas (National Academies of Sciences, 2016). Con más de 600 000 humanos muertos debido a desastres climáticos desde 1995 y el aumento de las cifras (ONU, 2015), el cambio climático es justificablemente una preocupación mayor, respecto al derecho a la vida, que el terrorismo.

PSICOLOGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO

Identifique las consecuencias psicológicas del cambio climático. Resuma y explique la discrepancia entre la comprensión científica y del público acerca del cambio climático.

A lo largo de su historia, la psicología social ha respondido a los sucesos actuales: desde la época de los derechos civiles, con estudios acerca de los estereotipos y el prejuicio, hasta la agitación civil y delincuencia, con estudios sobre la agresión, pasando por el movimiento feminista, con estudios sobre género y actitudes relacionadas con el género. Ahora que el cambio climático mundial es "el mayor problema que enfrenta el mundo" (Houghton, 2011), la ciencia psicológica está estudiando: (a) sus efectos en el comportamiento humano, (b) la opinión pública acerca del cambio climático y (c) las maneras de modificar las fuentes humanas de cambio climático (Clayton et al., 2016).

EFECTOS PSICOLÓGICOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Algunos dicen que es un problema de seguridad nacional: las bombas terroristas y el cambio climático son, en ambos casos, armas de destrucción masiva. "Si nos enterásemos de que Al Qaeda estuviera desarrollando en secreto una nueva técnica terrorista que pudiera alterar los suministros de agua en todo el planeta, obligar a decenas de millones de personas a dejar su hogar y representar un peligro potencial para todo el planeta, alcanzaríamos el frenesí e implementaríamos todos los recursos posibles para neutralizar la amenaza", señaló el ensayista Nicholas Kristof (2007). "Sin embargo, esa es precisamente la amenaza que estamos creando nosotros mismos con nuestros gases de invernadero". Consideremos las consecuencias humanas.

Desplazamiento y trauma

Si las temperaturas aumentan en los 2 a 4 grados Celsius (3.5 a 7 °F) que se esperan en este siglo, los cambios resultantes en disponibilidad de agua, agricultura, riesgo de desastres y aumento en el nivel del mar requerirán de reubicación masiva (de Sherbinin et al., 2011). Cuando las sequías o inundaciones obligan a la gente a abandonar sus tierras, viviendas y trabajo, como cuando los terrenos de cultivo y pastoreo en el África subsahariana se convirtieron en desiertos, el resultado frecuente es un incremento en la pobreza y el hambre, muerte temprana y pérdida de identidad cultural. Si un suceso climático extremo o el cambio climático alteraran sus vínculos con un sitio y con su gente, se podría esperar que usted presente aflicción, ansiedad y una sensación de pérdida (Doherty y Clayton, 2011; Henderson y Mulder, 2015). Cuando se trata de la salud social y mental, el clima importa.

Clima y conflicto

¿Tiene una guerra? Culpe al clima. A menudo ese es el caso. El origen de muchos de los males humanos, desde las desaceleraciones económicas hasta las guerras, puede localizarse en las fluctuaciones del clima (Zhang et al., 2011). Cuando el clima cambia, es frecuente que la agricultura se perjudique, conduciendo a un aumento en hambrunas, epidemias y miseria en general. Los países más pobres, con menos recursos, son vulnerables en especial (Fischer y Van de Vliert, 2011). Y cuando enfrenta la miseria, la gente se vuelve más propensa al enojo con sus gobiernos y entre ella, lo cual conduce a la guerra. Para la estabilidad social, el clima importa.

Un análisis de 60 estudios cuantitativos reveló que el conflicto ha crecido a un punto máximo a lo largo de la historia y en todo el planeta en respuesta a eventos climáticos. La conclusión es

¿El clima se está poniendo más raro? Según informa la National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA), en 2011 Estados Unidos sufrió desastres climáticos que tuvieron un costo de docenas de miles de millones de dólares y que representaron un aumento respecto a aquellos que típicamente han costado unos tres o cuatro mil millones de dólares. Ningún suceso climático individual, como el gigantesco tornado en Joplin, Missouri, puede atribuirse al cambio climático. Pero los científicos del clima advierten que el calentamiento global está produciendo eventos climáticos extremos y aumentando el desplazamiento humano: como sucede con muchos migrantes que huyen de América Central por las sequías (Markham, 2018).
©AMFPhotography/Shutterstock

que las temperaturas más altas y los extremos en precipitaciones, como sequías e inundaciones, pronosticaron un aumento en violencia doméstica, agresión étnica, invasiones de tierras y conflictos civiles (Hsiang et al., 2013). Los investigadores proyectan que un aumento de dos grados Celsius en la temperatura, como se pronostica para el 2040, puede incrementar los conflictos intergrupales en más de 50% (véase la **figura 16.4**).

Los estudios, tanto de laboratorio como de la vida diaria, revelan que el calor también aumenta la agresión a corto plazo. En los días calurosos, se vuelve más frecuente la violencia en los barrios e incluso los bateadores reciben más golpes del lanzador en los juegos de béisbol. La violencia también es más común en las estaciones más cálidas del año, en los veranos, años, ciudades y regiones más calurosos (Anderson y Delisi, 2011; Rinderu et al., 2018). Craig Anderson y sus colegas proyectan que si ocurre un aumento de más de dos grados Celsius (4 °F), Estados Unidos sufrirá cuando menos 50 000 agresiones graves adicionales cada año.

OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO

¿La Tierra se está volviendo más caliente? ¿Los humanos son responsables? ¿Afectará a nuestros nietos? Sí, sí y sí, dicen los científicos climáticos que publican investigaciones (97% de los cuales concuerdan, en encuestas repetidas, en que el cambio climático está ocurriendo y que los humanos lo causamos) (Cook, 2016; de hecho, 99.9% coindicen, según un análisis de 24 210 artículos científicos sobre el tema; Powell, 2015). Como explicó un informe de la revista *Science*: "casi todos los científicos climáticos tienen la misma opinión sobre la amenaza del calentamiento global: es real, peligrosa y el mundo necesita llevar a cabo acciones inmediatas" (Kerr, 2009).

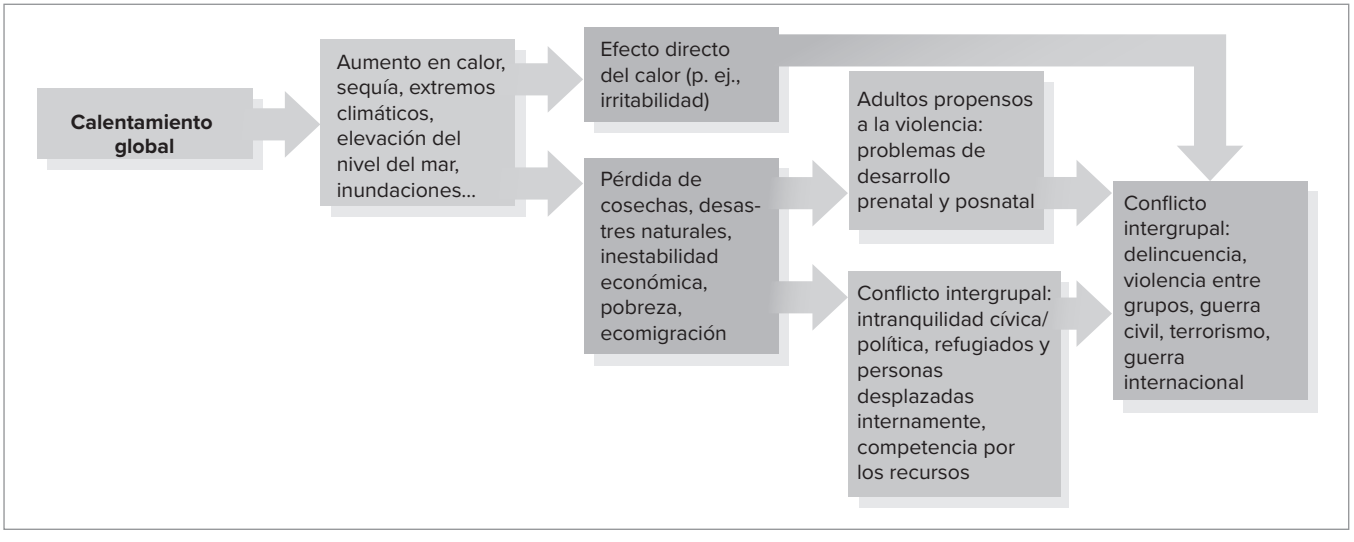


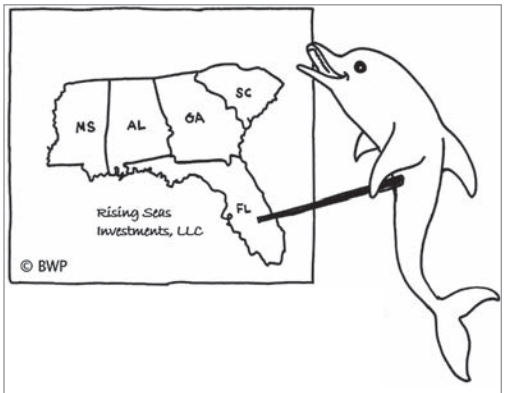
FIGURA 16.4

Tres rutas por las que el cambio climático puede aumentar la violencia y el conflicto

Fuente: Tomado de Miles-Novelo y Anderson, 2018.

Sin embargo, hay muchas personas que no saben acerca de ese consenso científico. En 2013, solo 42% de los estadounidenses entendían que "la mayoría de los científicos piensan que el calentamiento global está sucediendo" (AAAS, 2014), y 44% coincidían en que existe "evidencia sólida" de que los seres humanos causan el calentamiento global (Pew, 2014). Para 2017, 62% coincidía en que los efectos del calentamiento global ya habían comenzado, aunque solo 68% atribuían el calentamiento a la actividad humana (Saad, 2017).

La enorme brecha entre la comprensión de los científicos y del público estadounidense acerca del cambio climático llama la atención de los psicólogos sociales. ¿Por qué existe esta discrepancia? ¿Por qué el calentamiento global no es un tema más candente? ¿Y qué podría hacerse para alinear el entendimiento científico y del público?



Pues sí, Jason, siempre existe un pequeño riesgo de que siga habiendo tierra firme en 100 años, pero si queremos basar nuestra inversión a largo plazo en los datos, es difícil apostar a algo más seguro que el aumento de los océanos.

Reimpreso con autorización de Brett Pelham en brettpel@yahoo.com.

Experiencia personal y la heurística de disponibilidad

Para este momento, esta es una lección familiar: con frecuencia las experiencias intensas y recientes superan las estadísticas abstractas. A pesar de la rareza estadística de los ataques de tiburones y de los accidentes aéreos, las intensas imágenes de estos (disponibles con facilidad en la memoria) a menudo atrapan nuestras emociones y distorsionan nuestros juicios. Hacemos nuestros juicios intuitivos bajo la influencia de la heurística de disponibilidad y, en consecuencia, con frecuencia nos enfocamos en las cosas incorrectas. Si la aerolínea pierde nuestra maleta, es probable que demos una importancia exagerada a nuestra experiencia inmediata. Al ignorar los datos sobre la tasa total de pérdida de equipaje de la aerolínea, descalificamos a la empresa. Nuestros cerebros antiguos están diseñados para atender a la situación inmediata, no a datos que están fuera de nuestra vista y a peligros que están más allá de nuestro horizonte (Gifford, 2011). La experiencia anula el análisis.

"¡El calentamiento global no es real porque hoy tuve frío! Y otra buena noticia: el hambre mundial se terminó porque acabo de comer".

—Tuit de Stephen Colbert, 18 de noviembre de 2014

De la misma forma, es frecuente que la gente confunda el clima temporal local con el cambio climático global a largo plazo. Un escéptico del cambio climático declaró que una tormenta de nieve extraordinaria en la Costa Oeste de Estados Unidos era el "golpe de gracia" para la teoría del calentamiento global (Breckler, 2010). En una encuesta realizada en mayo de 2011, 47% de los estadounidenses coincidieron en que "las tormentas de nieve que marcaron un récord este invierno en el este de Estados Unidos me hacen cuestionarme si el calentamiento global está ocurriendo" (Leiserowitz et al., 2011b). Pero entonces, después del posterior verano abrasador, 67% de los estadounidenses coincidieron en que el calentamiento global empeoró el "récord de temperaturas elevadas en el verano de 2011 en Estados Unidos" (Leiserowitz, 2011).

En estudios hechos en Estados Unidos y Australia, la gente ha expresado creer más en el calentamiento global, y estar más dispuesta a donar a una organización benéfica dedicada a ese tema, en los días más calurosos de lo normal que en los días más fríos de lo normal (Li et al., 2011; Zaval et al., 2014). Después de sus vívidas experiencias con el huracán Irene, los residentes de Nueva Jersey mostraron mayor probabilidad de coincidir con afirmaciones como: "cuando los humanos interfieren con la naturaleza, a menudo eso produce consecuencias desastrosas" (Rudman et al., 2013). Como en tantos otros ámbitos de la vida, nuestra experiencia local distorsiona nuestros juicios globales. Pero como ha visto en este libro, los datos representativos son más precisos que nuestras percepciones individuales, y a veces distorsionadas.

"En la zona del este de Estados Unidos, este podría ser el Año Nuevo MÁS FRÍO del que se tenga registro. Quizá podríamos aprovechar un poco de ese buen calentamiento global del que tanto se habla..."

—Tuit de Donald Trump, 28 de diciembre de 2017.

Persuasión

Los sesgos locales de hoy predisponen la comprensión que mañana tenga la gente acerca del calentamiento global. Pero eso solo es el principio de la explicación del escepticismo del público acerca del cambio climático. La resistencia a la ciencia del clima también se deriva de simple *desinformación* y del *razonamiento motivado*.

DESINFORMACIÓN Es posible que las personas descarten la amenaza climática debido a que son optimistas por naturaleza o porque malinterpretan la incertidumbre acerca del *grado* en que la temperatura y el nivel del mar están aumentando como incertidumbre acerca del *hecho* del cambio climático (Gifford, 2011). En especial en Estados Unidos, algunos grupos buscan sembrar la duda

Para una convincente y explicativa sinopsis de siete minutos sobre "Por qué la gente no cree en el cambio climático", ingrese a tinyurl.com/Climate Beliefs

acerca de las acciones climáticas desacreditando a los científicos y resaltando los costos a corto plazo de las acciones, en lugar de los costos a largo plazo de la inacción (CRED, 2014). Las personas que dudan de otros tipos de hallazgos científicos también tienden a dudar del consenso de la ciencia relacionada con el clima (Lewandowsky et al., 2013).

El "falso equilibrio" periodístico puede distorsionar en forma adicional las percepciones del público (Koehler, 2016). En un estudio, a los ciudadanos se les dijo (correctamente) que los economistas expertos coincidían, con un margen cercano a 50 a 1, que un impuesto a las emisiones de carbono controlaría de manera menos costosa las emisiones de CO_2 que una norma de economía de combustible en los vehículos automotores. Pero si también se les daba un argumento de "ambas partes", las personas recordaban entonces un consenso más ambiguo entre los expertos. De la misma manera, imagine que la gente leyera que los expertos médicos coinciden en que las vacunas no causan autismo, pero que entonces también leyeran un argumento tanto de una persona a favor como de otra en contra de las vacunas. Podemos esperar que el "falso equilibrio" debilite su percepción del consenso médico.

RAZONAMIENTO MOTIVADO Nuestro deseo de evitar las emociones negativas, como el temor, motivan la negación del cambio climático. Es más, tenemos una tendencia natural a creer y justificar la forma en que son las cosas. Nos gustan nuestras maneras habituales de viajar, comer, y calentar y enfriar nuestros espacios. Cuando nos sentimos cómodos, estamos motivados a no cambiar aquello que es familiar (Feygina et al., 2010; Kahan, 2014). Y nuestro sesgo natural de confirmación nos lleva a atender más a los datos que confirman nuestros puntos de vista preexistentes. De este modo, si una solución al cambio climático es costosa, la gente tenderá a negar el problema en sí (Campbell y Kay, 2014).

Entonces, para superar la desinformación, el razonamiento motivado y la tendencia humana a considerar la experiencia personal antes que el análisis, ¿cómo podrían aplicar los educadores climáticos los principios de la psicología social?

- *Conecte el mensaje con los valores de la audiencia*. Los valores políticos tiñen los puntos de vista de la gente. En 2015, 68% de los demócratas y 20% de los republicanos en Estados Unidos consideraban al "cambio climático global" como un "problema muy grave" (Stokes, 2015). Y en 2016, 72% de los demócratas, pero solo 27% de los republicanos, atribuyeron el record de temperaturas elevadas de 2015 a causas humanas (Gallup, 2016). Entonces, ¿cómo se podría persuadir a un demócrata *versus* un republicano? Una audiencia con inclinación demócrata podría responder más a la información sobre el clima en las personas pobres del mundo, mientras que una audiencia republicana lo haría a la información sobre la manera en que la energía limpia fomenta la seguridad nacional al disminuir la dependencia de fuentes energéticas extranjeras.
- *Utilice a comunicadores confiables*. La gente está más abierta a mensajeros cuyas identidades y afiliaciones son semejantes a las suyas; es decir, alguien en quien confían y a quien

Las imágenes vívidas, como los osos polares sobre el hielo que se derrite, a menudo causan una mayor impresión que las estadísticas.
©Chase Dekker Wild-Life Images/ Getty Images

tienen respeto (CRED, 2014). La organización Mothers Against Drunk Driving tuvo éxito al hacer que las madres se comunicaran con otras madres.

- *Piense en términos locales*. Aunque el cambio climático es un problema mundial, la gente responde más a las amenazas que están cercanas en tiempo y espacio. En Australia, Texas o California, la perspectiva de un empeoramiento de las sequías puede despertar conciencia. En Florida u Holanda, la elevación de los mares parecerá más pertinente.
- *Logre que las comunicaciones sean intensas y memorables*. Tomando en cuenta la heurística de disponibilidad, y la eficacia de las advertencias contra el tabaquismo que emplean fotos explícitas, los mensajes deben hacerse vívidos. En lugar de advertir sobre el "cambio climático futuro", explique que "la Tierra tiene una fiebre".
- *Anime a la gente utilizando "valores ecológicos por defecto"*. Establezca los parámetros de las impresoras para imprimir por ambas caras, a menos que se elija impresión de una sola cara. Establezca que las luces de los edificios se apaguen cuando los sensores de movimiento no detecten presencia humana. Ofrezca platos fuertes vegetarianos, con una opción de carne para aquellos que lo deseen (Scott et al., 2015).
- *Estructure los riesgos de manera eficaz (Bertolotti y Catellani, 2014)*. En lugar de describir un " efecto de gases invernadero", describa una "cubierta que atrapa el calor". En lugar de una "teoría" del cambio climático ofrezca "un entendimiento de cómo funciona esto" (CRED, 2014). En lugar de proponer un "impuesto a las emisiones de carbono", que es políticamente impopular, sugiera una "compensación por emisiones". Vincule la gestión de riesgos con las decisiones de las personas: adquirir seguro contra incendios en su vivienda y seguro de responsabilidad en sus vehículos, y colocarse los cinturones de seguridad, para ahorrarse los resultados asociados con el peor escenario posible.
- *Enfoque el ahorro de energía de maneras que atraigan la atención*. Una hoja de información sobre ahorros de energía podría utilizar periodos a largo plazo. En lugar de decir, "la certificación Energy Star de este refrigerador le permitirá ahorrar 120 dólares en un año en su consumo de electricidad", señale "le ahorrará 2 400 dólares en costos de energía desperdiciada en los siguientes 20 años" (Hofmeister, 2010).

EN RESUMEN: Psicología y cambio climático

- Los científicos informan que la explosión poblacional y el aumento en el consumo y en las emisiones de gases de efecto invernadero han superado, en conjunto, la capacidad de carga de la Tierra. Ahora estamos viendo el calentamiento global predicho, el derretimiento de las capas polares, la elevación de los mares y el clima más extremo.
- Las consecuencias sociales esperadas del cambio climático incluyen desplazamiento, trauma y conflicto humanos que se derivan de la competencia por los recursos escasos.
- Los psicólogos sociales también están explorando la discrepancia que existe entre la comprensión científica y del público acerca del cambio climático. Y están sugiriendo formas de educar y persuadir al público para que apoye un futuro sostenible.

POSIBILITAR LA VIDA SOSTENIBLE

Identifique las nuevas tecnologías y estrategias para reducir el consumo que, en conjunto, pueden posibilitar la vida sostenible.

"Nadie cometió error más grande que aquel que no hizo nada porque solo podía hacer poco".

—Edmund Burke, estadista británico (1730-1797)

¿Qué haremos? ¿Comer, beber y divertirnos, porque el mañana está perdido? ¿Comportarnos como lo hacen tantas personas en los juegos del dilema del prisionero, buscando el propio interés en perjuicio del interés colectivo? ("Caray, a escala global, mi consumo es insignificante; hace que mi vida sea cómoda y le cuesta prácticamente nada al mundo"). ¿Retorcernos las manos, temiendo

que la fertilidad sumada a la prosperidad den por resultado la calamidad, y jurar que nunca traeremos hijos a este mundo destinado a la destrucción?

Las personas más optimistas acerca del futuro ven dos rutas para llegar a estilos de vida sostenibles: (a) incrementar la eficiencia tecnológica y la productividad agrícola, y (b) moderar el consumo y la población.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Con un crecimiento esperado de la población mundial en otros 2.5 mil millones para 2050, y con cada vez más personas que quieren conducir, comer y vivir como los estadounidenses, uno de los grandes retos del mundo es cómo impulsar nuestro futuro humano sin producir mayor contaminación y calentamiento.

Un componente en un futuro sostenible es la mejora de las tecnologías. No solo hemos reemplazado los focos incandescentes con focos ahorradores de energía, sino que reemplazamos la letra impresa y los catálogos con correos electrónicos y comercio electrónico, y reemplazamos los viajes diarios al trabajo con el trabajo a distancia.

Los adultos de mediana edad de la actualidad conducen automóviles que dan el doble del kilometraje por litro, y que producen una vigésima parte de la contaminación, de aquellos que condujeron en su adolescencia, y nuevos vehículos híbridos e impulsados por baterías ofrecen una eficiencia todavía mayor.

Las tecnologías futuras probables incluyen diodos que emiten luz durante 20 años; lavadoras de ultrasonido que no consumen agua, calor o detergente; plásticos reutilizables y para fertilizar; automóviles que se impulsan con celdillas de combustible que combinan hidrogeno y oxígeno, y que desechan agua; materiales ligeros que son más fuertes que el acero; calles que funcionan también como recolectores de energía solar; y sillas que cuentan con calentamiento y enfriamiento, y que proporcionan comodidad personal con menos uso de sistemas de acondicionamiento de las habitaciones (N. Myers, 2000; Zhang et al., 2007).

REDUCCIÓN DEL CONSUMO

El segundo componente de un futuro sostenible es el control del consumo. A medida que los países más pobres de la actualidad se desarrollan, su consumo aumentará. Al momento de hacerlo, los países desarrollados deben consumir menos.

Gracias a los esfuerzos de planificación familiar, la tasa de crecimiento de la población mundial se ha desacelerado, en especial en países desarrollados. Incluso en naciones con menor desarrollo, cuando mejora la seguridad alimentaria y las mujeres reciben educación y empoderamiento, las tasas de natalidad disminuyen. Pero si las tasas de natalidad cayeran instantáneamente en todas partes a un nivel de reemplazo de 2.1 hijos por cada mujer, el ímpetu persistente de crecimiento poblacional, impulsado por el enorme grupo de humanos jóvenes, continuaría por años. En 1960, después de decenas de miles de años sobre la nave espacial Tierra, había tres mil millones de personas, lo cual es un poco menos que el crecimiento poblacional que los demógrafos esperan en solo este siglo.

Capturar la luz en una botella. Illac Diaz inspecciona un nuevo foco de energía solar sellado dentro de un techo corrugado en un departamento de Manila.
©JAY DIRECTO/Getty Images

Con este tamaño de población, los seres humanos ya superaron la capacidad de carga de la Tierra, de modo que el consumo debe volverse más sostenible. Con el aumento en nuestros apetitos materiales, a medida que más personas buscan tener computadoras personales, refrigeración, aire acondicionado, viajes en avión, ¿qué se puede hacer para moderar el consumo de aquellos que pueden permitirse un consumo excesivo?

Incentivos

Una forma es a través de políticas públicas que aprovechen el poder de los incentivos (Swim et al., 2014). Como regla general, hacemos menos de lo que tenemos impuesto y más de aquello que recibe recompensa. En las autopistas aglomeradas, existen carriles que recompensan el uso de los vehículos compartidos y que penalizan a los vehículos de

un solo ocupante. Además de la incentivación de automóviles pequeños a través de los altos impuestos a los combustibles, las ciudades como Viena, Múnich, Zúrich y Copenhague han cerrado al tránsito vehicular muchas de las calles del centro de la ciudad. Los conductores en Londres, Estocolmo, Singapur y Milán pagan tarifas de congestionamiento cuando ingresan al corazón de la ciudad. Ámsterdam es el paraíso de las bicicletas. Docenas de ciudades alemanas tienen "zonas ambientales" donde solo pueden ingresar automóviles con bajas emisiones de CO_2 (Rosenthal, 2011).

Compartir vehículo parece más atractivo si eso permite evitar el tránsito en áreas urbanas congestionadas, como Los Ángeles.
©P_Wei/Getty Images

Algunos defensores del libre mercado se oponen a los impuestos de emisiones porque son impuestos. Otros responden que dichos gravámenes son simplemente un pago por el daño externo a la salud actual y al ambiente futuro. Si no lo hacen quienes emiten CO_2 en la actualidad, ¿quién pagará el costo de las inundaciones, tornados, huracanes, seguías y elevación de los océanos que serán más amenazantes en el futuro? "Los mercados son en verdad libres solo cuando todo el mundo paga el precio total de sus acciones —sostiene el economista del Environmental Defense Fund, Gernot Wagner (2011)—. Cualquier otra cosa es socialismo". (Lea "Detalles de la historia: Janet Swim habla de la respuesta de la psicología ante el cambio climático").

Realimentación

Otra forma de incentivar los hogares y empresas más ecológicos es aprovechar el poder de la realimentación inmediata al consumidor mediante la instalación de "medidores inteligentes" que proporcionen una lectura continua del uso de electricidad y de su costo. Al apagar un monitor de computadora o las luces en una habitación vacía, el medidor muestra la disminución en el consumo de watts. Al encender el aire acondicionado, de inmediato se sabe el uso de energía y el costo. Los estudios muestran que cuando un proveedor de electricidad añade una carita "sonriente" o "enojada" a las facturas cuando el uso de electricidad del consumidor es menor o mayor que el promedio de su vecindario, el uso de electricidad se reduce (Karlin et al., 2015). Al aplicar esos hallazgos de la psicología social, una empresa envía ahora informes de gasto de energía con realimentación personalizada y comparativa con el resto de los vecinos a más de 60 millones de hogares en todo el mundo (Schultz et al., 2018).

Identidad

En una encuesta, la principal razón que reportó la gente para comprar un automóvil híbrido Prius fue que "demuestra mis principios" (Clayton y Myers, 2009, p. 9). En efecto, según afirman Tom Crompton y Tim Kasser (2010), nuestro sentido de quienes somos, nuestra identidad, tiene profundas implicaciones para nuestros comportamientos relacionados con el clima. ¿Nuestra identidad social, el endogrupo que define nuestro círculo de interés, incluye ahora a aquellos que nos rodean? ¿O engloba a personas vulnerables en sitios que no vemos, a nuestros descendientes y a otras personas en el futuro, e incluso a los seres en el ambiente natural del planeta?

El apoyo para las nuevas políticas sobre energía requerirá un cambio en la conciencia del público a la escala que tuvo el movimiento de los derechos civiles en el decenio de 1960 y el movimiento feminista de la década de 1970. El decano de ciencias ambientales de la Universidad de Yale, James Gustave Speth (2008, 2012) ha llamado a buscar una identidad ampliada, una "nueva conciencia", mediante la cual la gente

- considere a la humanidad como parte de la naturaleza;
- vea a la naturaleza como algo que tiene valor intrínseco y que debemos atender;
- valore el futuro y a sus habitantes, al igual que nuestro presente;
- reconozca nuestra interdependencia humana, al pensar en "nosotros" y no solo en "mí";

Detalles DE LA HISTORIA

Janet Swim habla de la respuesta de la psicología ante el cambio climático

Mientras veía la película de Al Gore sobre el cambio climático, tuve una revelación. Al reflexionar en su mensaje, que debemos tomar acciones para evitar el cambio climático inminente, me di cuenta de que la psicología podía explicar la negación de la gente frente al cambio climático y que podía ayudar a motivar la acción. Entonces dirigí un grupo de trabajo de la American Psychological Association que relacionó la investigación psicológica con la comprensión de las causas humanas y de las respuestas ante el cambio climático. Me asombró la atención que se brindó a nuestro informe en la prensa nacional y por parte de los funcionarios de gobierno y académicos de todo el mundo.

Lo que aprendí reenfocó mi carrera, con el apoyo de psicólogos que tienen opiniones similares y mis compañeros investigadores de la Universidad Estatal de Pensilvania que estudian el cambio climático y la forma en que podríamos evitarlo o adaptarnos a él. Encontramos, por ejemplo, que los hombres están más abiertos a la persuasión por políticas enmarcadas en una perspectiva masculina: prefieren argumentos que se refieren al *liderazgo* más que argumentos que hablan del *cuidado* del planeta. Nuestro equipo multidisciplinario también está ayudando a los educadores de zoológicos y acuarios a comunicarse de manera eficiente acerca de la ciencia climática.

Janet K. Swim
Universidad Estatal de Pensilvania
Cortesía de Janet Swim

A medida que el cambio climático afecta el ambiente, podemos considerar que el futuro de los humanos y el futuro del planeta van de la mano.
©NANTa SamRan/Shutterstock

- defina la calidad de vida en términos relacionales y espirituales, en lugar de materialistas;
- valore la equidad, la justicia y la comunidad humana.

¿Existe alguna esperanza de que las prioridades humanas puedan pasar de la acumulación de dinero a encontrar significado, y del consumo impulsivo al cuidado de las relaciones? El plan del gobierno británico para lograr un desarrollo sostenible da importancia a la promoción del bienestar personal y de la salud social (**figura 16.5**):

La psicología social puede ser útil a través de:

- sugerir las maneras de reducir el consumo;
- seguir el rastro del materialismo e informar a las personas que el crecimiento económico no mejora automáticamente el ánimo en los humanos;
- ayudar a la gente a entender por qué el materialismo y el dinero no brindan satisfacción; y
- alentar los valores alternativos e intrínsecos.

EN RESUMEN: Posibilitar la vida sostenible

- La humanidad puede prepararse para un futuro sostenible a través del incremento en la eficiencia tecnológica.
- También podemos crear incentivos, dar realimentación y promover identidades que apoyen un consumo más sostenible. En los últimos 40 años ha ocurrido un cambio cultural rápido y existen esperanzas de que pueda suceder de nuevo en respuesta a la crisis global.

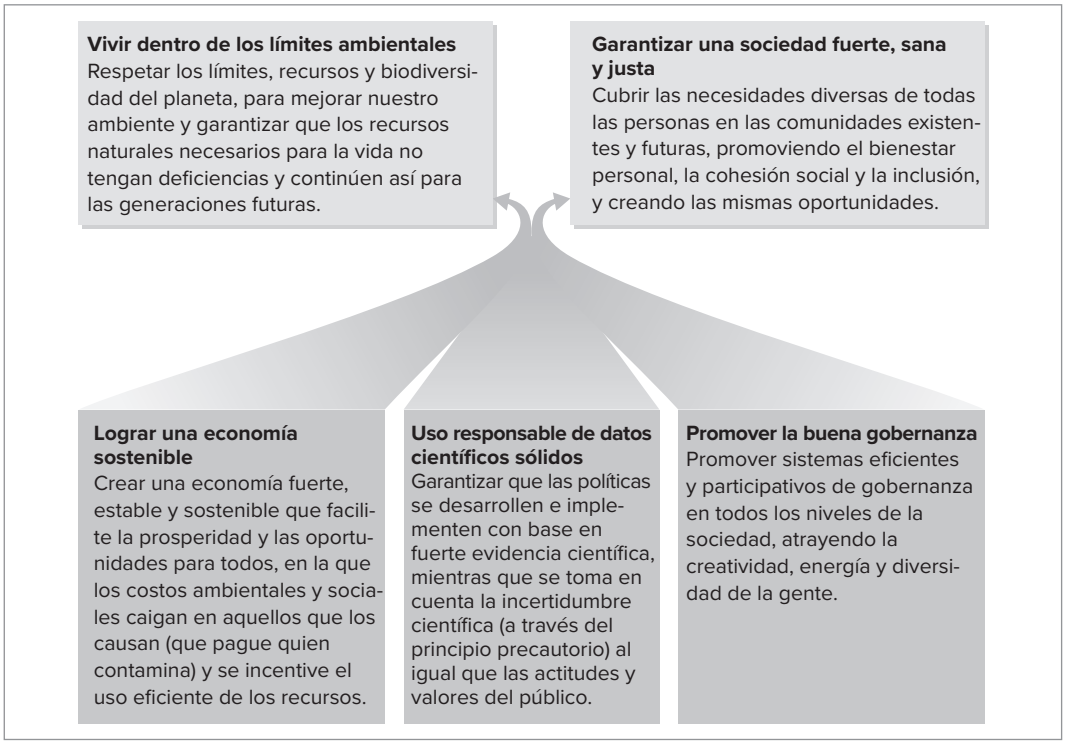


FIGURA 16.5

"Cinco principios de desarrollo sostenible" dentro de la Estructura de Desarrollo Sostenible del Gobierno británico

El gobierno británico define al desarrollo sostenible como aquel que cubre las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para cubrir sus necesidades. "Queremos vivir dentro de límites ambientales y lograr una sociedad justa, y lo haremos a través de una economía sostenible, buena gobernanza y datos científicos sólidos". La contribución de la psicología social consistirá en ayudar a influir en los comportamientos que permitan que la gente viva dentro de los límites ambientales y que disfrute de bienestar personal y social.
Fuente: www.sd-commission.org.uk.

LA PSICOLOGÍA DEL MATERIALISMO Y LA RIQUEZA

Explique la contribución de la psicología social a nuestra comprensión del materialismo: ¿a qué grado el dinero y el consumo compran la felicidad? ¿Y por qué el materialismo y el crecimiento económico no proveen una mayor satisfacción duradera?

A pesar de la última recesión económica, la vida para la mayoría de las personas en los países occidentales es buena. En la actualidad, el habitante promedio de América del Norte y de Europa occidental goza de lujos desconocidos incluso para los miembros de la realeza en el pasado: duchas calientes, retretes con cisterna, aire acondicionado central, hornos de microondas, viajes en avión, fruta fresca en el invierno, televisores digitales de pantalla grande, correo electrónico, teléfonos inteligentes y notas Post-it. ¿El dinero, y sus lujos asociados, *compran* la felicidad? Pocos de nosotros responderíamos que sí. Pero si cambiamos la pregunta a "¿Un *poco* más de dinero le haría sentirse un *poco* más feliz?", la mayoría respondería afirmativamente. Creemos que existe cierta conexión entre la riqueza y el bienestar.

AUMENTO DEL MATERIALISMO

Aunque la Tierra nos pide vivir consumiendo menos recursos, el materialismo (la atención concentrada en el dinero y las posesiones) socava las actitudes a favor del medio ambiente (Hurst et al., 2013; Kasser, 2016, 2018). El materialismo también perjudica la empatía e inclina a la gente a tratar a los demás como objetos (Wang y Krumhuber, 2017).

Sin embargo, el materialismo ha aumentado en forma repentina, con mayor claridad en Estados Unidos. Considérelo como el sueño americano de hoy: vida, libertad y la compra de la felicidad. La evidencia del creciente materialismo se puede encontrar en la encuesta anual del Higher Education Research Institute con casi un cuarto de millón de estudiantes de primer ingreso a las universidades. La proporción que considera "muy importante o esencial" alcanzar "muy buena posición económica" se elevó de 39% en 1970 a 82% en 2016 (**figura 16.6**). Estas proporciones son casi lo inverso cuando se habla de aquellos que consideran muy importante "desarrollar una filosofía de vida significativa". El materialismo creció y la espiritualidad disminuyó.

¡Vaya cambio en valores! Entre 19 objetivos enumerados, los estadounidenses que han ingresado a la universidad en años recientes clasificaron en primer lugar alcanzar una "muy buena posición económica". Eso no solo está por encima de desarrollar una filosofía de vida, sino también de "convertirme en una autoridad en mi campo", "ayudar a personas en dificultades" y "criar una familia". El deseo de bienes materiales también aumentó: en comparación con los jóvenes del decenio de 1970, los estudiantes de preparatoria en la actualidad tuvieron en mayor probabilidad de creer que es importante poseer su propia casa y tener un nuevo automóvil cada dos a tres años (Twenge y Kasser, 2013).

RIQUEZA Y BIENESTAR

¿El consumo insostenible facilita de hecho "la buena vida"? ¿Tener una buena posición económica permite, o cuando menos se correlaciona con, el bienestar psicológico? ¿La gente es más feliz si puede cambiar un estilo de vida sencillo por entornos palaciegos, vacaciones de esquí en los Alpes y viajes en clase ejecutiva? ¿Usted sería más feliz si se ganara la lotería y pudiera elegir entre sus

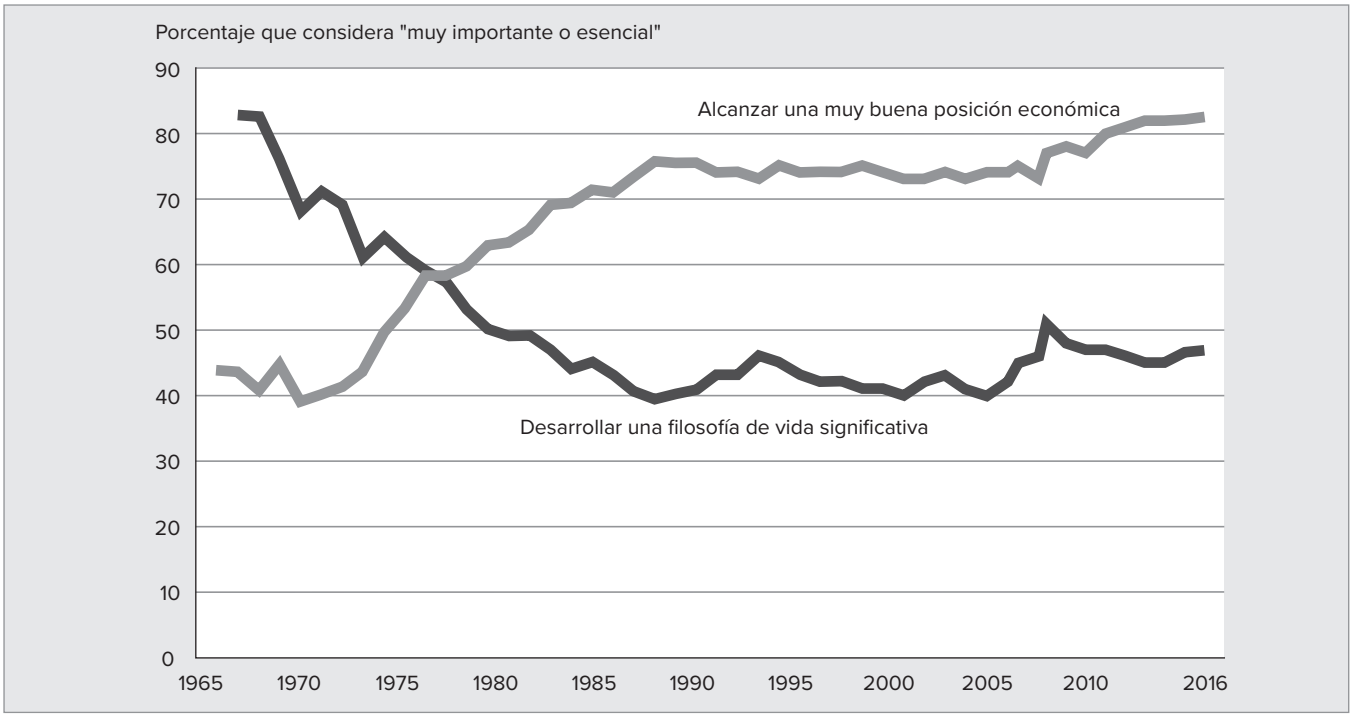


FIGURA 16.6

Cambio en el materialismo, a partir de encuestas anuales con más de 200 000 alumnos de primer ingreso a las universidades en Estados Unidos (muestra total de 13 millones de estudiantes).

Fuente: Datos de Dey et al., 1991 e informes anuales subsiguientes.

gratificaciones sugeridas: un yate de 12 metros de eslora, una casa rodante de lujo, vestuario de diseñador, carro de lujo o servidumbre personal? La teoría y la evidencia de la psicosociología ofrecen algunas respuestas.

¿Los países ricos son más felices?

Podemos observar el tránsito entre la riqueza y el bienestar preguntando, primero, si los países ricos son sitios más felices. De hecho, existe cierta correlación entre la riqueza nacional y el bienestar (medido según autoinformes de felicidad y satisfacción con la vida). En su mayoría, los escandinavos son prósperos y se sienten satisfechos; los búlgaros no (Diener y Tay, 2015; **figura 16.7**). Las personas en los países más ricos y en las áreas de código postal con mayores recursos también viven más tiempo (Payne, 2017). Pero luego de que las naciones alcanzan de manera aproximada 20 000 dólares de PIB por persona, los niveles más altos de riqueza nacional no pronostican un aumento en satisfacción con la vida.

¿Los individuos más ricos son más felices?

En segundo lugar, podemos preguntar si dentro de cualquier país específico, la gente rica es más feliz. ¿Las personas que van al trabajo en su BMW son más felices que aquellas que toman el autobús?

En los países pobres, donde el ingreso bajo pone en riesgo las necesidades básicas, tener una posición económica relativamente alta sí predice un mayor bienestar (Howell y Howell, 2008). En los países prósperos, donde la mayoría puede cubrir las necesidades vitales básicas, la prosperidad (y la satisfacción económica) siguen importando, en parte debido a que la gente con más dinero percibe un mayor control sobre su vida (Johnson y Krueger, 2006).

Sin embargo, luego de alcanzar un nivel de ingresos cómodo, tener cada vez más dinero produce una disminución de los beneficios a largo plazo (**figura 16.8**). En las encuestas de Gallup con más de 450 000 estadounidenses durante 2008 y 2009, los sentimientos positivos diarios (el promedio de felicidad, disfrute, y sonrisas y risas frecuentes autoinformadas) aumentó con el ingreso hasta llegar a los 75 000 dólares, pero no más allá (Kahneman y Deaton, 2010). Una vez que la persona se vuelve millonaria, acumular más millones proporciona poco impulso adicional a la felicidad (Donnelly et al., 2018). Incluso los súper ricos, los 100 estadounidenses más ricos de la revista *Forbes*, han informado una felicidad apenas un poco superior al promedio (Diener et al., 1985).

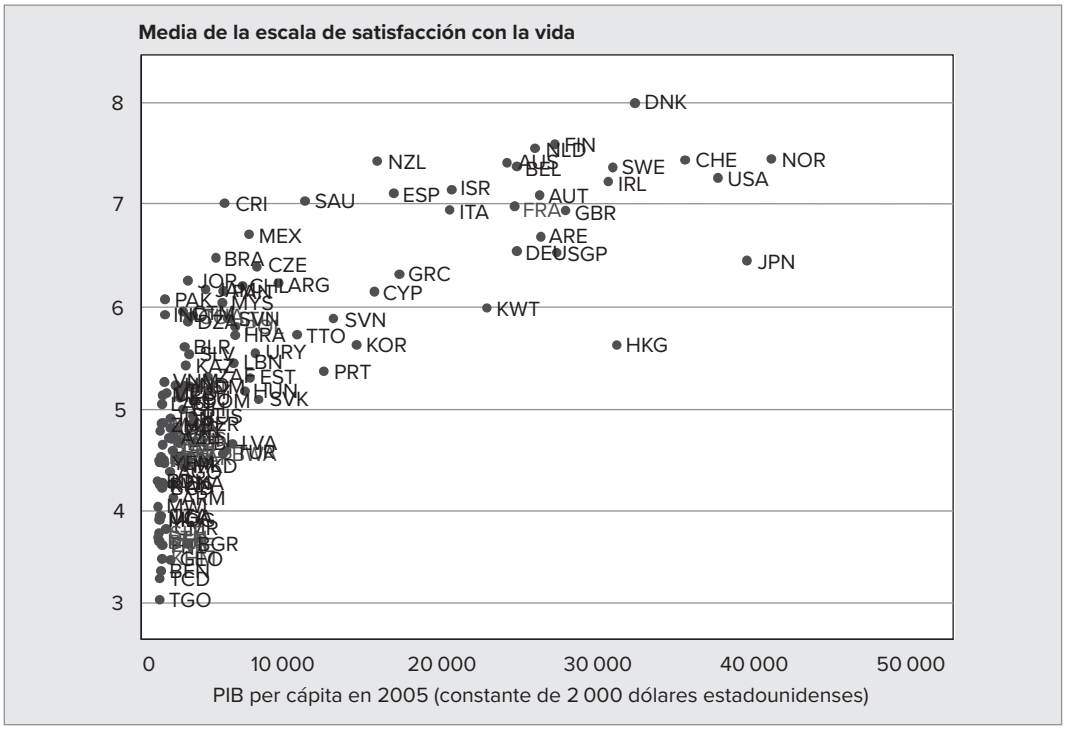


FIGURA 16.7
Riqueza nacional y bienestar
La satisfacción con la vida (en una escala de 0 a 10) en 132 países en función de la riqueza nacional (producto interno bruto [PIB] en 2005, ajustado a un valor de 2 000 dólares estadounidenses).
Fuente: Di Tella y MacCulloch, 2010 (nota técnica para los estudiantes de economía: algunos economistas prefieren expresar el ingreso en una escala logarítmica, que luego indica una relación más lineal entre el ingreso nacional y la felicidad).

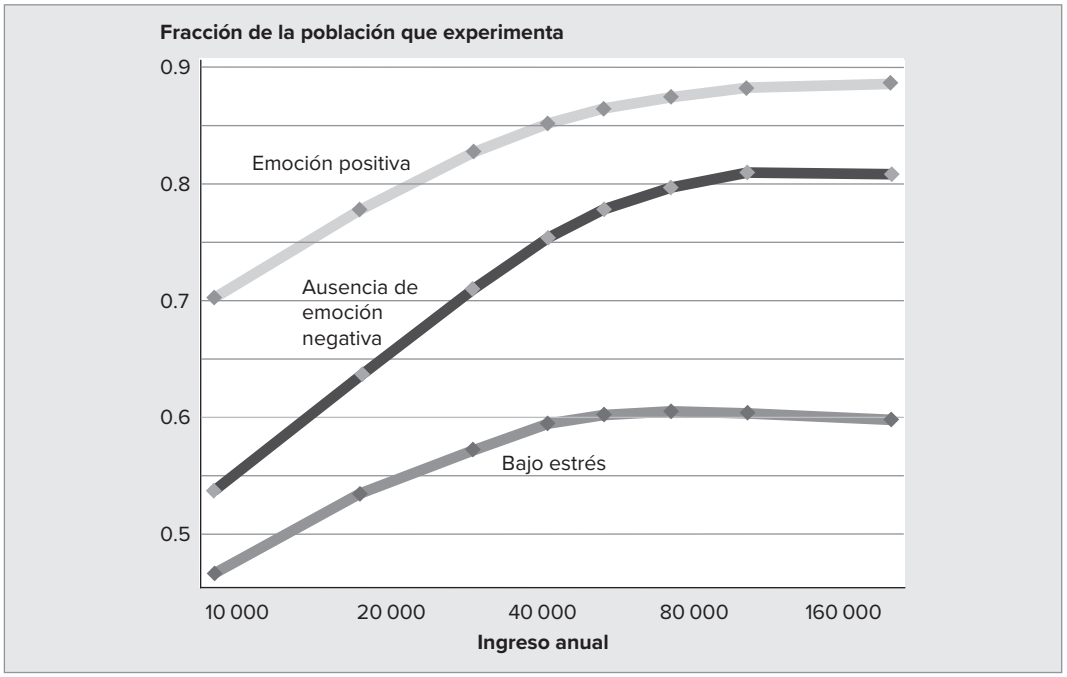


FIGURA 16.8
Reducción en los efectos de un aumento en el ingreso sobre los sentimientos positivos y negativos
Datos de encuestas Gallup con más de 450 000 estadounidenses (Kahneman y Deaton, 2010) (nota: el ingreso se informa en escala logarítmica, que tiende a acentuar la apariencia de correlación entre ingresos y bienestar).

Parte de la correlación entre felicidad e ingresos se puede atribuir a que las personas más felices (y más optimistas y extravertidas) tienen más probabilidad de graduarse de la universidad, conseguir un empleo y recibir ascensos, y tener mayores ingresos (De Neve y Oswald, 2012). Es más, obtener la satisfacción de las propias necesidades (de respeto, relación y empoderamiento) predice mejor los sentimientos positivos y felices que el ingreso (Fischer y Boer, 2011; Ng y Diener, 2014; Tay y Diener, 2011).

¿El crecimiento económico aumenta la felicidad?

En tercer lugar, podemos preguntar si, con el tiempo, la felicidad de una cultura eleva su prosperidad económica. ¿Nuestro bienestar colectivo se eleva al montarse en la ola del crecimiento económico?

En 1957, cuando el economista John Kenneth Galbraith describía a los Estados Unidos como *La sociedad opulenta*, el ingreso por persona en ese país era equivalente (respecto al valor del dólar en 2009) a menos de 12 000 dólares. Como indica la **figura 16.9**, en la actualidad Estados Unidos es una sociedad triplemente próspera. Con el aumento en la desigualdad, esta ola creciente ha elevado más rápido los yates que los botes de remos. Sin embargo, casi todos los barcos han subido. Con el doble en el poder de compra, gracias en parte al incremento súbito del empleo entre mujeres casadas, ahora poseemos el doble de automóviles por persona, comemos el doble de veces y recibimos apoyo de un mundo por completo nuevo de tecnología. Desde 1960, también hemos sido testigos de que los hogares que cuentan con una máquina lavaplatos se elevó de 7 a 69%; en tanto que aquellos con lavadora de ropa crecieron de 20 a 83%; y con aire acondicionado, aumentaron de 15 a 89% (Bureau of the Census, 2013).

Entonces, al creer que es "muy importante" lograr una "muy buena posición económica" y conseguir de hecho una mejor posición económica, ¿los estadounidenses actuales son más felices?

No lo son. Desde 1957, la cifra de estadounidenses que dicen ser "muy felices" disminuyó ligeramente de 35 a 30%. Dos veces más ricos, pero en apariencia no más felices. Lo mismo ocurre también en muchos otros países (Easterlin et al., 2010). Después de una década de crecimiento económico extraordinario en China (de una situación en la que pocos tenían un teléfono y 40% poseía televisor a color, a un número mayor de personas que ahora tienen esos objetos) las encuestas de Gallup revelaron una *disminución* en la proporción de personas satisfechas "con cómo van las cosas en su vida actual" (Burkholder, 2005; Davey y Rato, 2012; Easterlin et al., 2012).

Los hallazgos son sorprendentes porque ponen en duda al materialismo moderno: *el crecimiento económico no ha proporcionado ningún incremento aparente en el ánimo de los seres humanos*. Sobresalimos en ganarnos la vida, pero a menudo fallamos en construirnos una vida. Celebramos la prosperidad, pero anhelamos un propósito. Valoramos nuestras libertades, pero ansiamos relacionarnos.

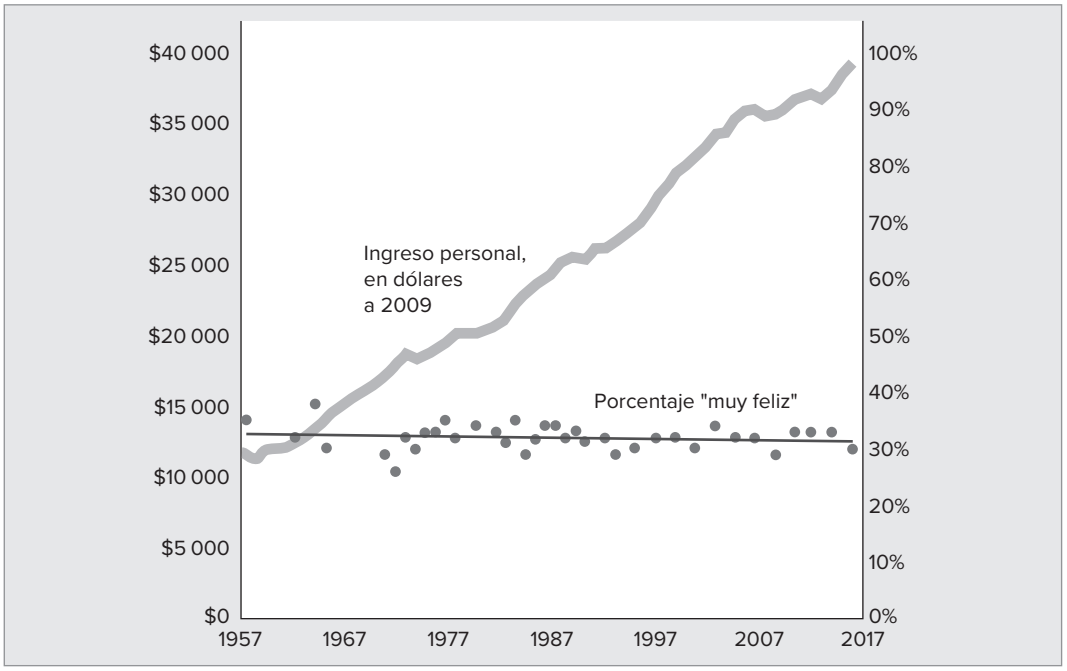


FIGURA 16.9

¿El crecimiento económico ha promovido el ánimo en los humanos?

Aunque el ingreso, con ajuste para la inflación, se elevó, la felicidad personal no lo hizo.

Fuente: Datos de felicidad de General Social Surveys, National Opinion Research Center, University of Chicago (y Niemi et al., 1989 para datos previos a 1972). Datos de ingresos del Bureau of the Census (1975) e indicadores económicos.

EL MATERIALISMO NO LOGRA LA SATISFACCIÓN

Es asombroso que el crecimiento económico en los países prósperos no haya podido aumentar la satisfacción con la vida y la felicidad. Adicionalmente también sorprende que los individuos que se esfuerzan más por alcanzar la riqueza tiendan a vivir con un menor bienestar (Dittmar et al., 2014). Esta correlación entre materialismo e insatisfacción se ha repetido en China (Wang et al., 2017) y "ocurre con gran firmeza en todas las culturas que he examinado", informó Richard Ryan (1999).

Si busca metas *extrínsecas* (riqueza, belleza, popularidad, prestigio o cualquier cosa centrada en recompensas o aprobación externa) es posible que experimente ansiedad, depresión y enfermedades psicosomáticas (Eckersley, 2005; Sheldon et al., 2004). Enfocarse en el dinero provoca que las personas estén menos sintonizadas con los demás, que sean menos atentas y cariñosas (Vohs, 2015).

Aquellos que, en lugar de eso, se esfuerzan por alcanzar metas *intrínsecas*, como "la intimidad, crecimiento personal y la contribución a la comunidad" experimentan una mayor calidad de vida, según concluyó Tim Kasser (2000, 2002). Este investigador añade (2011, 2016) que los valores intrínsecos promueven el bienestar personal y social, y ayudan a inmunizar a las personas contra los valores materialistas. Aquellos enfocados en relaciones estrechas, trabajo significativo y preocupación por los demás disfrutan de recompensas inherentes que a menudo resultan esquivas para quienes están más centrados en las cosas o en su estatus o imagen.

"¿Para qué van a gastar en lo que no es pan y dar su salario por cosas que no satisfacen?"

—Isaías 55:2

Deténgase por un momento y piense: ¿cuál fue el suceso personal más satisfactorio que experimentó en el último mes? Kennon Sheldon y sus colaboradores (2001) plantearon la pregunta (y otras preguntas similares acerca de la última semana y semestre) a muestras de estudiantes universitarios. Luego les pidieron clasificar el grado al que el suceso satisfactorio cubrió 10 necesidades diferentes. Los estudiantes clasificaron a la autoestima, la capacidad de relacionarse (sentirse conectados con otros) y autonomía (sensación de control) como las necesidades emocionales que acompañaron con más intensidad al suceso satisfactorio. Al final de la lista de factores que pronosticaron la satisfacción se ubicaron el dinero y los lujos.

Los materialistas tienden a informar una brecha relativamente grande entre lo que quieren y lo que tienen, y a

La gente en China compra bienes cada vez más valiosos. Aunque el estándar de vida se ha elevado, no ocurre lo mismo con la satisfacción con la vida.
©Sorbis/Shutterstock

fenómeno del nivel de adaptación
La tendencia a adaptarse a un nivel determinado de estimulación y, por ende, a percatarse y reaccionar a los cambios respecto a ese nivel.

disfrutar de menos relaciones cercanas y satisfactorias. Las personas más ricas y aquellos que viajan por el mundo también tienden a disfrutar menos de los placeres simples de la vida (Quoidbach et al., 2010, 2015). Junto con los placeres ocasionales que facilita la riqueza, es posible que los placeres simples (tomar un té con un amigo, saborear un chocolate o terminar un proyecto) palidezcan.

Las personas enfocadas en metas extrínsecas y materiales también "se enfocan menos en cuidar del planeta: informa Kasser (2011). A medida que aumentan los valores materialistas, la preocupación por la naturaleza tiende a disminuir... Cuando la gente preserva primordialmente el dinero, la imagen y el estatus, tiene menos probabilidad de participar en actividades benéficas para la ecología, como usar bicicleta, reciclar y reutilizar las cosas de nuevas formas".

Pero ¿por qué los lujos de antaño, como el aire acondicionado, se vuelven con tanta rapidez los requerimientos del presente? Dos principios impulsan esta psicología del consumo: nuestra capacidad de adaptarnos y nuestra necesidad de comparación.

Nuestra capacidad humana de adaptación

El **fenómeno del nivel de adaptación** es nuestra tendencia a juzgar nuestra experiencia (por ejemplo, de sonidos, temperaturas o ingresos) en relación con un nivel neutro definido por nuestra experiencia anterior. Ajustamos nuestros niveles neutros (los puntos en los que el sonido no parece ni alto ni bajo, las temperaturas no son calientes ni frías, y los sucesos ni agradables ni desagradables) con base en nuestra experiencia. Entonces nos percatamos y reaccionamos a los cambios en dirección ascendente o ascendente respecto a esos niveles.

De este modo, a medida que nuestros logros suben por encima de niveles pasados, nos sentimos exitosos y satisfechos. A medida que mejora nuestro prestigio social, nuestros ingresos y la tecnología en nuestro hogar, sentimos placer. Sin embargo, antes de pasar gran cantidad de tiempo, nos adaptamos. Lo que alguna vez nos hizo sentir bien llega a convertirse en algo neutro, y lo que antes era neutro ahora se siente como privación.

Entonces, ¿alguna vez será posible crear un paraíso social? Donald Campbell (1975b) respondió que no: si usted se despertara mañana con su utopía (quizá un mundo sin cuentas por pagar, sin enfermedades, con alguien que le ame sin reservas) se sentiría eufórico durante un tiempo. Sin embargo, antes de que pase mucho tiempo, recalibraría su nivel de adaptación y de nuevo se sentiría gratificado a veces (cuando sus logros superen sus expectativas) y privado en otras (cuando caigan por debajo), y a veces su sensación sería neutra.

Seguramente la adaptación a algunos sucesos, como la muerte de un cónyuge, puede ser incompleta y la sensación de pérdida subsistiría (Diener et al., 2006). Sin embargo, en general subestimamos nuestra capacidad de adaptación. Las personas tienen dificultades para predecir la intensidad y duración de sus emociones positivas y negativas futuras (Wilson y Gilbert, 2003; **figura 16.10**).

"En los años por venir, espero que de vez en cuando se les trate injustamente, para que lleguen a conocer el valor de la justicia. Espero que sufran una traición, porque eso les enseñará la importancia de la lealtad. Lamento decirlo, pero espero que de vez en cuando se sientan solos para que no den por hecho a sus amigos... y espero que sufran apenas el suficiente dolor como para aprender a tener compasión".

John Roberts, ministro de la Suprema Corte de Estados Unidos, en su discurso en la graduación del grupo de noveno grado de su hijo, 2017.

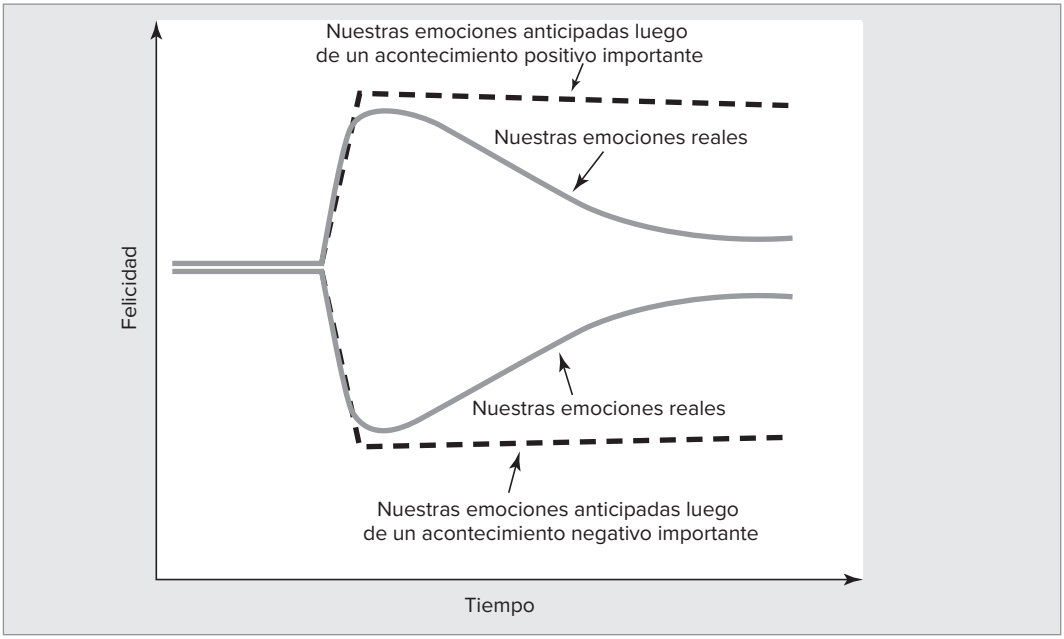


FIGURA 16.10
Sesgo del impacto
En general, las personas sobreestiman el impacto duradero de los acontecimientos positivos y negativos en la vida.
Fuente: Figura inspirada en De Botton, 2004.

La angustia de aquellos paralizados debido a lesiones de la médula espinal regresa a una mezcla casi normal de dicha, con tristeza o frustración ocasionales (Boyce y Wood, 2011; Hall et al., 1999). La euforia tras conseguir lo que se quiere (riquezas, altas calificaciones en un examen, que nuestro equipo nacional gane la Copa Mundial) se evapora con mayor rapidez de lo que esperábamos.

Asimismo, a veces nos equivocamos en lo que deseamos. Cuando los estudiantes universitarios de primer año predijeron su satisfacción con diversas posibilidades de vivienda poco antes de ingresar a la lotería de vivienda en sus facultades, se enfocaron en las características físicas. "Seré más feliz en un dormitorio bonito y bien ubicado", parecían pensar muchos alumnos. Pero estaban equivocados. Cuando se les contactó un año después, fueron las características sociales, como un sentido de comunidad, las que predijeron la felicidad, según informaron Elizabeth Dunn y sus colaboradores (2003).

Otras encuestas y experimentos han confirmado repetidamente que las experiencias positivas nos provocan mayor felicidad, en especial aquellas que forman relaciones, fomentan el significado y la identidad, y no pierden fuerza debido a las comparaciones (Dunn y Norton, 2013; Gilovich y Kumar, 2015; Pchelin y Howell, 2014). Más que nuestras compras materiales, las experiencias nos dan algo de qué hablar con los demás (Kumar y Gilovich, 2015). Incluso comprarse *tiempo* (un viaje en taxi, pagarle a alguien para que nos haga un mandado) trae más felicidad que las compras materiales (Whillans et al., 2017). Las mejores cosas de la vida no son cosas.

"Muy bien, si no puede encontrar el modo de darme un aumento, ¿qué le parecería si le recorta el sueldo a Parkerson?"

Las comparaciones sociales fomentan sentimientos.
©Barbara Smaller. Todos los derechos reservados. Utilizado con autorización.

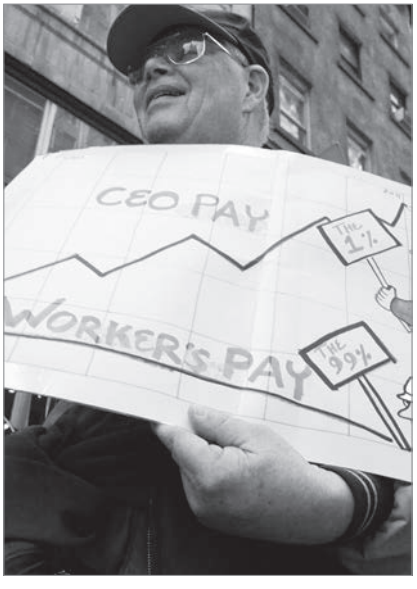
Nuestro deseo de comparar

Gran parte de la vida gira alrededor de la **comparación social**, un concepto que queda claro con el viejo chiste de dos excursionistas que se topan con un oso. Uno busca en su mochila y saca un par de tenis. "¿Por qué te preocupas de ponértelos? —le pregunta el otro—. No puedes ganarle la carrera a un oso". "No tengo que ganarle al oso —responde el primero—. Simplemente quiero ganarte a ti".

comparación social
Evaluar las propias capacidades y opiniones comparándose con los demás.

De manera similar, la felicidad es relativa a nuestras comparaciones con los demás, en especial aquellos dentro de nuestros propios grupos (Lyubomirsky, 2001; Zagefka y Brown, 2005). Como bromeaba el escritor satírico H. L. Mencken (1916), un hombre rico es aquel cuyo ingreso "es cuando menos de 100 dólares más al año" que el del "marido de la hermana de su esposa".

El hecho de que nos sintamos bien o mal depende de con quién nos estamos comparando. Somos tontos y torpes únicamente cuando los demás son inteligentes o ágiles. Si un atleta profesional firma un nuevo contrato por 15 millones de dólares al año, es posible que su compañero de equipo, que gana ocho millones de dólares, se sienta ahora menos satisfecho. "Nuestra pobreza no se vuelve una realidad porque tengamos menos, sino porque nuestros vecinos tienen más", recordaba Will Campbell en *Brother to a Dragonfly*. Quizá pueda recordar haber estado en algún tren (o barco) estacionado cuando un tren adyacente inició su marcha, dándole la sensación de que usted se movía en reversa. Ese fenómeno perceptual se asemeja a la experiencia de las personas que ganan un ingreso fijo y que se sienten más pobres cuando ven que otras personas alrededor se vuelven más ricas (Payne, 2017).



Las épocas de aumento en la desigualdad tienden a ser, para muchos, épocas de menor justicia y felicidad percibidas.
©Glynnis Jones/Shutterstock

Algo que alimenta en forma adicional nuestra fiebre de lujos es la tendencia en compararnos hacia arriba: a medida que subimos por la escalera del éxito o la prosperidad económica, nos comparamos mayormente con compañeros que están al mismo nivel o por encima de nuestra posición actual, no con aquellos que tienen menos (Gerber et al., 2018). La gente que vive en comunidades en las que algunos residentes son muy ricos tienden a sentir envidia y menos satisfacción al compararse con los de posición superior (Fiske, 2011b). El refrán de que "la comparación es la ladrona de la alegría" se aplica a las comparaciones *en sentido ascendente*, como quizá habrá notado cuando compara su vida cotidiana con las felices publicaciones de sus amigos en Facebook (Steers et al., 2014).

En las economías en desarrollo y emergentes de todo el mundo, la desigualdad ha estado creciendo. En los 34 países que pertenecían en 2014 a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el 10% más rico promedió 9.5 veces

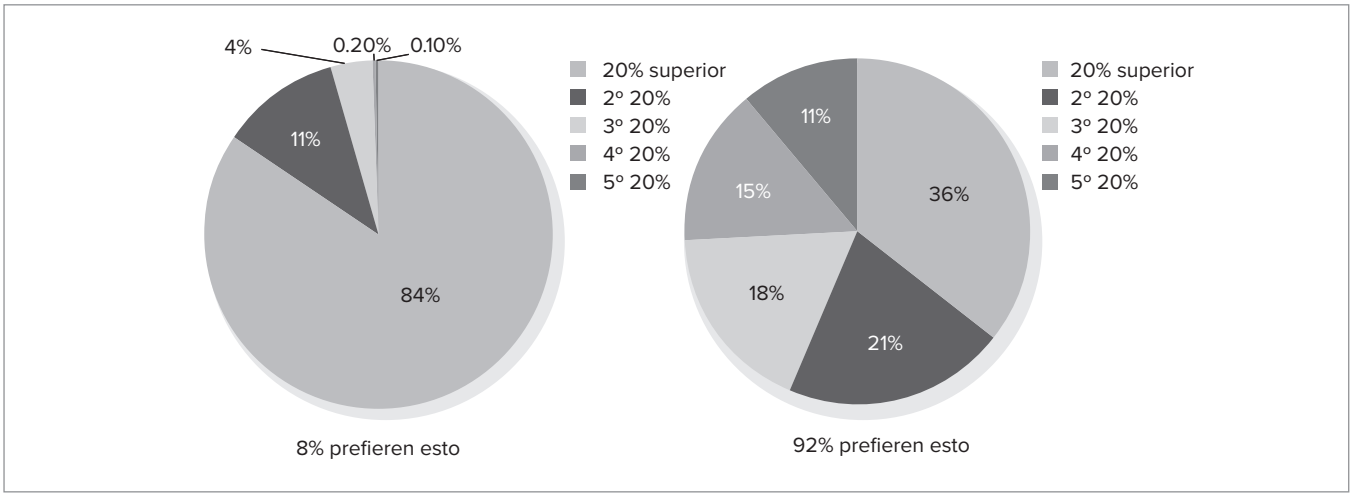


FIGURA 16.11

En una sociedad ideal, ¿cuál sería el nivel de desigualdad de ingresos?

Una encuesta a estadounidenses proporcionó un sorprendente consenso acerca de que una distribución más equitativa de la riqueza, como la que se muestra a la derecha (que casualmente es la distribución de Suecia), sería preferible al estatus quo de los estadounidenses (mostrado a la izquierda). *Fuente:* Norton y Ariely, 2011.

más el ingreso del 10% más pobre. Los países con mayor desigualdad no solo tienen mayores problemas de salud y sociales, sino también tasas más altas de insatisfacción y enfermedad mental (Burkhauser et al., 2016; Payne, 2017; Wilkinson y Pickett, 2017a,b). De la misma forma, los estados de Estados Unidos que presentan mayor desigualdad tienen tasas más altas de depresión (Messias et al., 2011). Y con el tiempo, los años con mayor desigualdad de ingresos, y aumentos asociados en injusticia percibida y falta de confianza, se correlacionan con menor felicidad entre aquellos con menores ingresos (Oishi et al., 2011).

Un mundo en miniatura de este tipo de desigualdad lo podemos encontrar en los vuelos comerciales, con sus prioridades de abordaje y distribuciones de asientos. ¿Quién comete actos de violencia en los vuelos? Los investigadores que han examinado millones de vuelos dicen que, con más frecuencia, son los pasajeros de clase turista que deben pasar por la sección de primera clase para llegar a sus asientos más estrechos (DeCelles y Norton, 2016). Para aquellos de estatus inferior, la desigualdad sumada a las comparaciones da por resultado la insatisfacción.

Aunque es frecuente que la gente prefiera que se establezcan políticas económicas, una encuesta nacional encontró que los estadounidenses preferían de manera abrumadora la distribución de ingresos de la derecha en la **figura 16.11** (que, sin conocimiento de los encuestados, es casualmente la distribución de ingresos de Suecia) a aquella de la izquierda (que es la distribución de ingresos en Estados Unidos). Es más, la gente prefería (en un mundo ideal) una participación de ingresos de alrededor de 30 y 40% en el 20% superior (en lugar del 84% que existe en realidad). Y hubo concordancia general acerca de ello entre republicanos y demócratas, y entre quienes ganan menos de 50 000 dólares y más de 100 000 (Norton y Ariely, 2011).

En un estudio de seguimiento que planteó preguntas diferentes a los estadounidenses, por ejemplo, qué porcentaje de personas ganan menos de 35 000 dólares, otro equipo de investigación encontró que sobreestimaban tanto la pobreza como la desigualdad (Chambers et al., 2014). Pero la historia continúa. Otro estudio con 55 238 personas en 40 países encontró de nuevo que la gente *subestimó* en gran medida la desigualdad (Kiatpongsan y Norton, 2014). Las personas ricas, que a menudo viven en enclaves prósperos, son propensas en especial a subestimar la pobreza y a oponerse a las políticas que buscan reducir la desigualdad (Dawtry et al., 2015).

Además, el ideal de diferencias de salarios que señala la gente entre los directores ejecutivos de las grandes empresas y los trabajadores no calificados son mucho menores que las que existen en realidad. Por ejemplo, en Estados Unidos, la proporción real de salarios de los 500 directores ejecutivos de S&P con respecto a sus trabajadores no calificados (354:1) supera con mucho la proporción esperada (30:1) y la proporción ideal (7:1). La conclusión de los investigadores fue que "las personas de todo el mundo y de toda condición social preferirían diferencias menores de

salarios entre ricos y pobres". Informarle a la gente el grado de la desigualdad de ingresos aumenta su preocupación por las diferencias crecientes, aunque disminuye su apoyo a la redistribución del ingreso (Kuziemko et al., 2015).

Incluso en China, la desigualdad en cuanto a ingresos ha aumentado. Esto ayuda a explicar por qué la creciente prosperidad no ha producido un aumento en la felicidad, tanto allí como en cualquier otro lado (Easterlin et al., 2012: Helliwell et al., 2013). La creciente desigualdad de ingresos produce que más personas tengan vecinos ricos y eso ayuda a explicar por qué el crecimiento económico no ha aumentado la felicidad general (Cheung y Lucas, 2016; Hagerty, 2000; Oishi y Kesebir, 2015).

Los fenómenos del nivel de adaptación y de la comparación social nos dan qué pensar. Implican que la búsqueda de la felicidad a través de logros materiales requiere de expandir en forma continua la riqueza. También nos permiten comprender por qué se ha encontrado de manera repetida que las personas ricas son proporcionalmente menos generosas, y también menos compasivas y empáticas (Marsh, 2012; Mathewes y Sandsmark, 2017). (En relación con sus ingresos, las personas con poco dinero son las más generosas hacia aquellos con poco dinero).

Pero la buena noticia es que también puede ocurrir la adaptación a una vida más simple. Si reducimos nuestro consumo, sea por decisión o por necesidad, de inicio sentiremos una pequeña molestia, pero es probable que el dolor pase. "Si por la noche se derraman lágrimas, por la mañana renace la alegría", reflexiona el salmista. De hecho, gracias a nuestra capacidad para adaptarnos y ajustar las comparaciones, el impacto emocional de los sucesos importantes en la vida (la pérdida de un empleo o, incluso, un accidente incapacitante) se disipa más pronto de lo que la mayoría de la gente supone (Gilbert et al., 1998).

HACIA LA SOSTENIBILIDAD Y LA SUPERVIVENCIA

Como individuos y como sociedad global, enfrentamos problemas sociales y políticos difíciles. ¿De qué manera una sociedad democrática podría inducir a la gente a adoptar valores que den importancia al bienestar psicológico por encima del materialismo? ¿Cómo podría una economía de mercado próspera combinar los incentivos para la prosperidad con las limitaciones que preserve un planeta habitable? ¿A qué grado las innovaciones tecnológicas, como las fuentes de energía alternativa, pueden reducir nuestras huellas ecológicas? ¿Y a qué grado la meta superior de conservar la Tierra para nuestros nietos demanda de todos que limitemos nuestras libertades; es decir, nuestra libertad de conducir, quemar y desechar lo que deseemos?

Un cambio en los valores postmaterialistas adquirirá impulso a medida que la gente, los gobiernos y las corporaciones den los siguientes pasos:

- Enfrentar las implicaciones del crecimiento de la población y del consumo para el cambio climático y la destrucción ambiental.
- Percatarse de que los valores materialistas extrínsecos producen vidas *menos* felices.
- Identificar y promover las cosas en la vida que pueden permitir el progreso humano sostenible.

"Si queremos que el mundo cambie para mejorar, debe haber un cambio en la conciencia humana" —señaló el presidente checo, y también poeta, Vaclav Havel (1990)—. Debemos descubrir "un sentido más profundo de responsabilidad hacia el mundo, que implica la responsabilidad hacia algo que es superior a nosotros". Si las personas creyeran que las casas cada vez más grandes, los armarios llenos de ropa que rara vez se viste, y los estacionamientos con autos lujosos no definen la buena vida, ¿sería posible un cambio en la conciencia? En lugar de ser un indicador del estatus social, ¿el consumo llamativo podría volverse señal de poca sofisticación?

"Todos nuestros deseos, más allá de aquellos que los ingresos muy moderados proveerían, son puramente imaginarios".

—Henry St. John, Carta a Swift, 1719

La contribución de la psicología social a un futuro sostenible y floreciente ocurrirá en parte a través de sus conclusiones transformadoras de la conciencia acerca de la adaptación y la comparación. Estos discernimientos también provienen de experimentos que reducen los estándares de comparación de la gente y, por ende, disminuyen la fiebre por los lujos y renuevan la alegría. En dos de tales experimentos, Marshall Dermer y sus colaboradores (1979) llevaron a cabo ejercicios creativos sobre privación con mujeres universitarias. Después de observar representaciones de la austeridad de la vida en Milwaukee en 1900, o después de imaginar y escribir acerca de sufrir una quemadura y quedar desfiguradas, las mujeres expresaron mayor satisfacción con sus propias vidas.

En otro experimento, Jennifer Crocker y Lisa Gallo (1985) encontraron que las personas que respondieron cinco veces a la pregunta: "Me alegro de no ser..." se sintieron después menos

Las mejores cosas en la vida no son cosas. La investigación indica que la felicidad proviene más de gastar en experiencias que en cosas, en especial en experiencias anticipadas y luego obtenidas que fomentan las relaciones y la identidad, como la vez en que hice excursionismo con dos de mis hijos por el West Highland Way en Escocia [DM] o pasar tiempo en la playa con mis hijas [JT].
(arriba): ©Dave Myers; (abajo): Cortesía de Pamela Davis

deprimidas y más satisfechas con su vida que aquellas que respondieron a oraciones que empezaban con "Desearía ser...". Darse cuenta de que los otros enfrentan una peor situación nos ayuda a valorar nuestras dichas. "Lloré porque no tenía zapatos —reza un proverbio persa—, hasta que conocí a un hombre que no tenía pies". La comparación social *descendente* facilita la alegría.

Las comparaciones descendentes con un yo hipotético que está en peor situación también aumenta la alegría. Minkyung Koo y sus colaboradores (2008) invitaron a personas a escribir sobre la posibilidad de que nunca hubieran conocido a su pareja. En comparación con otros que escribieron acerca de cómo conocieron a su pareja, quienes imaginaron no tener esa relación expresaron más satisfacción con ella. ¿De igual manera puede imaginar cómo sería si algunas buenas cosas de *su propia vida* nunca hubieran ocurrido? Para mí [DM] es muy fácil imaginar no haber tenido la oportunidad de conocer a una persona que me llevó a una invitación a colaborar como coautor en este libro. Simplemente pensar en ello me recuerda que debo apreciar mis dichas.

La psicología social también contribuye a un futuro sostenible y que permite la supervivencia a través de su exploración de la buena vida. Si el materialismo no mejora la calidad de vida, ¿qué sí lo hace?

- *Relaciones cercanas y alentadoras*. Nuestra profunda necesidad de pertenencia se satisface a través de relaciones cercanas y alentadoras. La gente que recibe apoyo de amigos íntimos o de un matrimonio comprometido tiene muchas más probabilidades de declarar que es "muy feliz".
- *Las comunidades de fe* y las organizaciones de voluntariado son, con frecuencia, una fuente de tales conexiones, al igual que de significado y esperanza. Eso nos permite explicar un hallazgo de la encuesta del National Opinion Research Center con más de 50 000 estadounidenses desde 1972: 26% de las personas que rara vez o nunca asistían a celebraciones religiosas se declaraban muy felices, al igual que 48% de quienes asistían múltiples veces por semana. La religiosidad elevada en la mayoría de los países pobres también permite que sus pueblos vivan con niveles sorprendentemente elevados de significado en la vida (Oishi y Diener, 2014).
- *Hábitos de pensamiento positivo*. El optimismo, la autoestima, el control percibido y la extraversión también indican experiencias felices y vidas felices. Un análisis de 638 estudios con más de 420 000 personas de 63 países encontró que la sensación de autonomía, sentirse libre e independiente, influye de manera consistente en la sensación de bienestar de las personas, más que la riqueza (Fischer y Boer, 2011).
- *Experimentar la naturaleza*. Estudiantes universitarios asignados al azar a una caminata por la naturaleza cerca de su campus terminaron (para sorpresa propia y de los demás) sintiéndose más felices, menos ansiosos y más enfocados que los estudiantes que caminaron una distancia similar por los túneles de tránsito peatonal del campus o por una calle transitada (Bratman et al., 2015; Nisbet y Zelenski, 2011). Los investigadores japoneses informan que un "baño forestal", caminatas por el bosque, también ayuda a reducir las hormonas de estrés y la presión arterial (Philips, 2011).
- *Flujo*. Las experiencias laborales y de esparcimiento en las que se utilizan las propias habilidades conducen a vidas felices. Mihaly Csikszentmihalyi (1990, 1999) señala que entre la ansiedad de sentirse abrumado y estresado, y la apatía de sentirse poco entusiasta y aburrido, se encuentra una zona en la que las personas experimentan el *flujo*. El flujo es un estado óptimo en el que, por estar absortos en una actividad, perdemos conciencia de nosotros mismos y del tiempo. Cuando la experiencia de las personas se muestrea utilizando buscadores electrónicos, informan que su mayor disfrute no ocurre cuando están haciendo pasivamente las cosas sin pensar en nada, sino cuando están absortos en un desafío que demanda su atención y no están conscientes de sí mismos. De hecho, en la medida en que la actividad recreativa es menos costosa (y por lo general más absorbente), *más feliz* es la gente mientras la hace. La mayoría de las personas son más felices haciendo jardinería que paseando en un bote de motor, hablando con sus amigos que viendo televisión. Las actividades recreativas de bajo consumo resultan ser las más satisfactorias.

"No hemos sido capaces de ver que nuestra economía, nuestro medioambiente y nuestra sociedad son una sola cosa. Y que proporcionar la mejor calidad de vida posible para todos nosotros implica más que concentrarnos únicamente en el crecimiento económico".

—Tony Blair, primer ministro británico, prefacio de *A Better Quality of Life,* 1999

En efecto, esa es buena noticia. Aquellas cosas que conforman una vida genuinamente buena (relaciones estrechas, redes sociales basadas en las creencias, hábitos de pensamiento positivo, actividades interesantes) son sostenibles de manera duradera. Y esa es una idea cercana al corazón de Jigme Singye Wangchuk, el anterior rey de Bután, quien señaló que "la felicidad interna bruta es más importante que el producto interno bruto". Como explica Sander Tideman (2003), quien escribe desde el Centro de Estudios de Bután, en ese país, "la Felicidad Interna Bruta... busca promover el verdadero progreso y la sostenibilidad a través de la medición de la calidad de vida, más que la mera suma de la producción y el consumo". Ahora otros países están evaluando también la calidad de vida de sus naciones (lea "Acercamiento a la investigación: Medición del bienestar nacional").

acercamiento
A LA INVESTIGACIÓN

Medición del bienestar nacional

"Una ciudad no es exitosa cuando es rica, sino cuando su gente es feliz", comentó el ex alcalde de Bogotá, Colombia, Enrique Peñalosa, al explicar la campaña para mejorar la calidad de vida de su ciudad: construyendo escuelas y aumentando en 34% la inscripción escolar, construyendo o reconstruyendo más de 1200 parques, creando un sistema eficiente de transporte y reduciendo de manera notable la tasa de homicidios (Gardner y Assadourian, 2004).

La idea de Peñalosa sobre lo que constituye el éxito de un país es algo que comparte un creciente número de científicos sociales y planificadores de gobierno. En Gran Bretaña, la New Economics Foundation desarrolló las "National Accounts of Well-Being", que dan seguimiento a la salud social del país, y publicó un *Well-Being Manifesto for a Flourishing Society*. El lema de la fundación es: "Creemos en la economía como si la gente y el planeta importaran". Instan a que, para evaluar el progreso de una nación, deberíamos medir no solo el progreso económico sino también los tipos de crecimiento que mejoran la satisfacción con la vida y la felicidad de las personas.

Andrew Oswald (2006), un miembro de la nueva generación de economistas que estudian las relaciones entre economía y bienestar psicológico, señaló que "la fe de los economistas en el valor del crecimiento está disminuyendo. Eso es una cosa buena y lentamente irá abriéndose camino en las mentes de los políticos del futuro".

Como pioneras en indicar las nuevas formas de evaluar el progreso humano están las recién desarrolladas "Guidelines for National Indicators of Subjective Well-Being and Ill-Being" que desarrolló el psicólogo Ed Diener en la Universidad de Illinois (2005, 2013; Diener et al., 2008, 2009, 2015) y que firmaron cuatro docenas de los principales investigadores del mundo (**figura 16.12**). Señala que "las medidas globales de bienestar subjetivo, como las evaluaciones

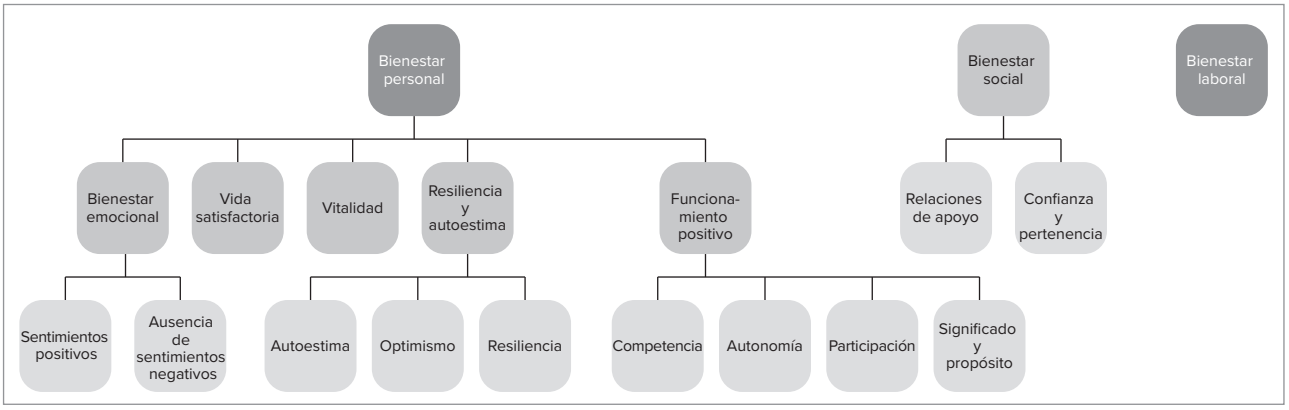


FIGURA 16.12
Componentes del bienestar

En su informe del *National Accounts of Well-Being* de 2019, la New Economics Foundation de Gran Bretaña instó al gobierno a "medir directamente el bienestar subjetivo de la gente: sus experiencias, sentimientos y percepciones acerca del estado de su vida". Lo que importa, argumentó este comité de expertos, no es tanto la magnitud general de la economía como la calidad de vida que experimentan las personas. Las categorías para evaluar el bienestar nacional incluyen el bienestar personal, el bienestar social y el bienestar relacionado con el trabajo.

©*2009* NEF. RReimpreso con autorización

de la satisfacción con la vida y la felicidad, pueden ser útiles para los debates sobre políticas", como, por ejemplo, al descubrir los efectos humanos de cualquier intervención de políticas. Más específicamente, ahora se dispone de preguntas para evaluar esos indicadores:

- *Emociones positivas*, incluyendo aquellas que involucran la baja estimulación (alegría), estimulación moderada (placer) y estimulación elevada (euforia), y aquellas que implican respuestas positivas hacia los demás (interés y participación).
- *Emociones negativas*, incluyendo enojo, tristeza, ansiedad, estrés, frustración, envidia, culpa y vergüenza, soledad y desesperación. Las mediciones pueden pedirle a la gente que recuerde o registre la frecuencia con que experimenta emociones positivas y negativas.
- *Felicidad*, que a menudo se considera que significa un estado de ánimo positivo, como el que indican las respuestas de las personas a una pregunta muy utilizada en las encuestas: "Al tomar su vida en conjunto, ¿cómo diría que le está yendo en estos días: diría que es muy feliz, bastante feliz o nada feliz?".
- *Satisfacción con la vida*, que motiva a la gente a la evaluación de su vida en general.
- *Satisfacciones por dominio*, que invitan a la gente a indicar su satisfacción con su salud física, trabajo, actividades recreativas, relaciones, familia y comunidad.
- *Calidad de vida*, que es un concepto más amplio que incluye el propio medioambiente y salud, y la percepción que uno tiene de ellos.

Tales medidas del bienestar pueden servirles a los gobiernos al momento de debatir las políticas económicas y fiscales, las leyes de protección para las familias, y las medidas de atención médica y de planificación comunitaria: un elemento que ahora afirman más de 40 países que actualmente evalúan el bienestar de sus ciudadanos (Diener et al., 2015; Krueger y Stone, 2014).

Los indicadores de bienestar también forman parte de las encuestas que Gallup realiza en todo el mundo en más de 150 países que engloban a más de 98% de la población mundial. Las encuestas comparan países (revelando, por ejemplo, que las personas en algunos países con altos ingresos, como Israel y Arabia Saudita, informan niveles más bajos de emoción positiva que los habitantes de algunos países con bajos ingresos, como Kenia e India).

Gallup también lleva a cabo una gigantesca encuesta a 25 años sobre la salud y bienestar de los residentes en Estados Unidos, con 250 entrevistadores que llevan a cabo miles de encuestas diarias, los siete días de la semana. El resultado es una instantánea diaria del bienestar estadounidense: de la felicidad, estrés, enojo, hábitos de sueño, dinero, preocupaciones, risa, socialización, trabajo y muchas variables más de la gente. Aunque el proyecto se lanzó recientemente, los investigadores ya identificaron los mejores días del año (fines de semana y festividades) y han vigilado el impacto emocional a corto plazo de los altibajos económicos. Y con unos 350 000 encuestados al año, cualquier subgrupo de 1% de la población contará con más de 3 000 encuestados, lo cual permite que los investigadores comparen a las personas en ocupaciones, ubicaciones, religiones y grupos étnicos específicos.

EN RESUMEN: La psicología social del materialismo y la riqueza

- A juzgar por los valores expresados por los estudiantes universitarios y la "fiebre por los lujos" que marcó a Estados Unidos al final del siglo XX, los estadounidenses actuales, y a menor grado los habitantes de otros países occidentales, viven en una época muy materialista.
- Las personas en los países ricos informan mayor felicidad y satisfacción con la vida que aquellas de las naciones pobres (aunque con menores beneficios a medida que uno pasa de los países moderadamente ricos a los muy ricos). Las personas ricas dentro de un país son un poco más felices que las personas de clase trabajadora, aunque, de nuevo, tener cada vez más dinero produce beneficios que van disminuyendo (como se evidencia en los estudios sobre los súper ricos y los ganadores de la lotería). ¿El crecimiento económico que ocurre con el tiempo hace que las personas sean más felices? A parecer no en absoluto, dado el ligero descenso en felicidad autoinformada y el aumento de la tasa de depresión durante los años de mayor prosperidad después de 1960.
- Dos principios ayudan a explicar por qué el materialismo no satisface: el *fenómeno del nivel de adaptación* y la *comparación social*. Cuando los ingresos y el consumo se elevan, nos adaptamos en poco tiempo. Y al compararnos con los demás, es posible que nos parezca que nuestra posición relativa no tiene cambios. La comparación ascendente engendra insatisfacción, lo cual nos permite explicar la sensación más frecuente de injusticia e infelicidad en épocas y lugares donde existe gran desigualdad.
- Para construir un futuro sostenible y satisfactorio, podemos buscar de manera individual, y como sociedad, la promoción de las relaciones estrechas, de las redes sociales de apoyo, de los hábitos de pensamiento positivo y de las actividades absorbentes.

POSDATA:
¿Cómo se vive responsablemente en el mundo moderno?

> Debemos reconocer que... somos una sola familia humana y una sola comunidad terrestre con un destino común. Debemos unirnos para crear una sociedad global sostenible fundada en el respeto hacia la naturaleza, los derechos humanos universales, la justicia económica y una cultura de paz. En torno a este fin, es imperativo que nosotros, los pueblos de la Tierra, declaremos nuestra responsabilidad unos hacia otros, hacia la gran comunidad de la vida y hacia las generaciones futuras.
>
> —Preámbulo, *Carta de la Tierra,* www.earthcharter.org

Leer y escribir acerca del crecimiento poblacional, el cambio climático, el materialismo, el consumo, la adaptación, las comparaciones y la sostenibilidad me lleva [DM] a la reflexión: ¿Soy parte de la respuesta o parte del problema? Puedo expresar mis valores, pero ¿los sigo?

Si he de ser sincero, mis antecedentes son contradictorios.

Todo el año voy en bicicleta al trabajo. Pero también volé cerca de 161 000 kilómetros el año pasado en aviones que desparraman combustible.

Puse aislamiento en mi casa, que tiene 114 años de antigüedad, instalé una caldera eficiente y en invierno reduje el termostato durante el día a 20 °C (68 °F). Pero al haberme criado en un clima veraniego frío, no puedo imaginarme viviendo sin mi aire acondicionado en los días más calurosos del verano.

Para controlar la producción de gases de invernadero, rutinariamente apago las luces y el monitor de la computadora cuando no estoy en mi oficina y planté árboles alrededor de mi casa. Pero ayudé a financiar la deforestación en Sudamérica con el café que tomaba.

"El mejor momento para sembrar un árbol fue hace 20 años. El segundo mejor momento es ahora".

—Proverbio chino

En 1973, aplaudí las medidas del gobierno de Estados Unidos de establecer un máximo nacional de límite de velocidad de 88.51 km/h para conservar energía y me decepcionó que se abandonara en 1995. Pero ahora que los límites de velocidad en la vía rápida que rodea mi ciudad regresaron a 112.65 km/h, conduzco a esa velocidad, incluso cuando no hay otros automóviles a la vista (lo cual me provoca vergüenza).

En mi casa reciclamos todo el papel, las latas y las botellas. Pero cada semana recibimos el suficiente correo, periódicos y publicaciones como para llenar un bote de reciclaje de papel de unos 0.0850 metros cúbicos.

Difícilmente es una respuesta audaz ante la crisis inminente. Nuestros bisnietos no prosperarán en este planeta si los 7.6 mil millones de humanos actuales demandan una huella ecológica de magnitud similar.

Entonces, ¿cómo participamos en el mundo moderno, aprovechando sus bellezas y conveniencias, al tiempo que nos mantenemos conscientes de nuestro legado ambiental? Incluso los líderes del movimiento de la vida sencilla, quienes, como yo, vuelan en aviones que desparraman combustible a nuestras tres conferencias anuales en hoteles de lujo, se esfuerzan por encontrar cómo vivir responsablemente en el mundo moderno.

¿Qué piensa usted? ¿Cuáles regulaciones aprueba y a cuáles se opone? ¿El requisito de mayor eficiencia de combustible para automóviles y camiones? ¿Verificación de emisiones? ¿Prohibición de quema de hojas para reducir el smog? Si vive en un país donde los altos impuestos para los combustibles motivan a las personas a conducir autos pequeños y eficientes, ¿desearía poder tener impuestos menores a las gasolinas y los combustibles más baratos que les han permitido a los estadounidenses conducir automóviles grandes? Si es un estadounidense, ¿favorecería mayores impuestos a la gasolina y el petróleo para ayudar a conservar los recursos y limitar el cambio climático?

"El mayor dilema del razonamiento ambiental se deriva de este conflicto entre los valores a corto y largo plazo".

—E. O. Wilson, *El futuro de la vida,* 2002

¿Qué tan probable es que la humanidad logre frenar el cambio climático y el agotamiento de los recursos? Si el biólogo E. O. Wilson (2002) estaba en lo cierto al especular que los seres humanos evolucionaron para comprometerse solo con su propio trozo pequeño de geografía, sus propios familiares y su propio tiempo, ¿podemos esperar que nuestra especie exhiba un "altruismo extendido" al cuidar de nuestra descendencia distante? ¿Los "estilos de vida de los ricos y famosos" de la actualidad se volverán una torpeza en el futuro cuando la sostenibilidad se vuelva una necesidad? ¿O la preocupación de la gente consigo misma y con demostrar los símbolos del éxito superará siempre sus preocupaciones por esos bisnietos que nunca han visto?

Epílogo

Si ya leyó todo este libro, concluyó con su introducción a la psicología social. Al empezar a escribir este libro, esperábamos que fuera sólidamente científico, a la vez que cálidamente humano, riguroso en cuanto a los datos y provocativo en términos intelectuales. Usted será el juez con respecto a si se alcanzó esa meta. Podemos decirle, sin embargo, que está compartiendo la disciplina que ha sido una fuente de dicha para nosotros, como autores. Si recibir este regalo que le hacemos le trae cualquier grado de placer, estimulación y progreso, nuestra dicha se verá multiplicada.

Creemos que un conocimiento de la psicología social tiene el poder de refrenar la intuición con el juicio crítico, la ilusión con el entendimiento y la actitud sentenciosa con la compasión. En estos 16 capítulos, organizamos los discernimientos de la psicología social dentro de los temas de creencia y persuasión, amor y odio, conformidad e independencia. Hemos dado una mirada a las respuestas incompletas a preguntas intrigantes: ¿Cómo nuestras actitudes alimentan nuestras acciones y viceversa? ¿Qué conduce a la gente a que a veces dañe y a veces ayude a los demás? ¿Qué incita el conflicto social y cómo podemos trasformar los puños cerrados en manos abiertas que brinden ayuda?

Responder esas preguntas amplía nuestra mente. Y, como señalaba Oliver Wendell Holmes, "una vez que se amplía a las dimensiones de una idea más amplia", la mente "nunca regresa a su estado original". Esa ha sido nuestra experiencia y quizá también sea la suya, a medida que, a través de estos y otros cursos, usted se convierta en una persona instruida.

David G. Myers
davidmyers.org

Jean M. Twenge
jeantwenge.com

Índice analítico

A

Aarts, 180
Abbate, 412
Abbey, 125
Abbey, Antonia, 80
ABC News, 180
Abelson, Robert, 96
Abolición de la segregación escolar, 436
Abordaje personal, 412
Abrams, 239
Abramson, 480
Abramson, Lyn, 467
Abuso
  del alcohol, 474
  emocional, 339
  sexual, 44
  sexual infantil, 317
  verbal, 329
Acatamiento, 155
  de la autoridad legítima, 167
  inicial, 199
  público, 156
Acción(es)
  autolesivas, 44
  consistentes con las propias creencias morales, 409
  de ayuda, 416
  del grupo, 155
  generadoras de disonancia, 117
  no conformista, 181
Aceites hidrogenados, 305
Aceptación, 155
  automática, 189
  privada a largo plazo, 156
Aceptar el crédito por las buenas acciones, 430
Acertijos irresolubles, 57
Acevedo, 368
Ácidos grasos omega 3, 305
Acitelli, 357
Ackerman, 365
Ackermann, 467
Acoso
  directo, 300
  en línea, 299
  escolar, 258, 299, 318, 329, 333
  homofóbico, 268
  sexual, 80, 91
Actitud(es), 3, 6, 76, 78, 96
  automáticas, 41
  como consecuencia de la conducta, 102
  conscientes, 41, 97, 260
  de género, 98
  de las personas, 97, 197
  de los maestros hacia sus alumnos, 90
  diferentes, 357
  disimilares, 359
  en torno a la igualdad, 188
  explícitas, 41, 97, 260
  expresadas, 97
  forjadas por la experiencia, 101
  formadas de manera pasiva, 204
  implícitas, 41, 97, 260
  inconscientes, 41, 97, 260
  internas, 6
  morales, 105
  negativa, 259
  personales, 99
  positiva de un maestro, 89
  prejuiciadas, 281
  prejuiciosas, 263
  públicas, 512
  pueden predecir la conducta, 99
  punitiva, 271
  que la clase tiene hacia su maestro, 90
  raciales, 98, 357, 436
  implícitas, 98
  relevantes y específicas, 99
  semejantes, 357
  sexuales de los hombres, 147
  siguen al comportamiento, las, 435
  son consecuencia de la conducta, 119
Actitud(es) basada(s) en emociones, 197
  experiencias, 204
  información, 197
Actitudes Globales de Pew, 139
Activación
  cerebral, 302
  cognitiva, 156
  de las normas de género, 408
  facilita respuestas dominantes, 219
  y la disolución de responsabilidad, 229
Activar las normas altruistas, 428
Actividad(es)
  cooperativa interracial, 446
  principalmente masculinas, 146
  de bajo consumo, 540
  recreativa menos costosa, 540
Activos personales, 350
Acto(s)
  afectan actitudes, 479
  agresivos, 146, 309-310, 335
  autorreveladores, 107, 113
  conciliatorios verificables, 455
  constructivos, 359
  crueles engendran actitudes crueles, 332
  dañinos, 104
  de acatamiento, 155
  de cooperación, 388
  destructivos, 359
  extraordinarios de altruismo, 387
  fortuitos de generosidad, 393
  inmorales, 104
  lesivos, 104
  maligno, 104
  morales, 104, 105
  terroristas, 275, 309
  violentos de venganza, 301
Actuación de la gente, 25
Actuar de manera más agresiva, 340
Actuar impulsivamente, 231
Actuar la emoción de la persona, 115
Acuerdo integrador, 451
Acumulación de dinero, 530
Acusaciones falsas, 496
Adachi, 326
Adamapoulos, John, 246
Adams, 90, 306, 376
Adaptabilidad humana, 136
Adaptación, 539
  a algunos sucesos, 536
  a una vida más simple, 539
Addis, 141, 390
Aderman, 385
Adler, 19, 214, 486
Adler, Stephen, 510
Adoctrinamiento social, 106
Adorno, Theodor, 271
Adquirir
  consciencia propia, 100
  identidad social, 218
Adultez temprana, 208
Adultos
  con cara de niños, 505
  evitativos, 368
Afecto, 96, 258
  recíproco, 358
Afirmación(es)
  de confianza, 494
  de valores, 293
  de Yo soy, 33
  familiares, 189
  novedosas, 189
Aflicción profunda, 385
Afrontamiento eficiente, 51
Agerström, 98
Agitación provocada por la disonancia, 118
Agnew, 376
Agotamiento del autocontrol, 57
Agradabilidad, 194, 352
Agrado, 405
  anticipatorio, 343
  endogrupal, 278
  entre amigos al paso del tiempo, 349
  mutuo, 358
  por aquello que asociamos con nosotros mismos, 345
  por personas con actitudes similares, 356
Agresión(es), 146, 299, 300
  acumulada, 332
  basada en el estatus, 302
  como comportamiento social aprendido, 308
  como respuesta a la frustración, 306
  como venganza, 309
  de hombres contra mujeres, 316
  de los narcisistas hacia los demás, 46
  deliberada, 302
  desplazada, 275, 307
  en contra del propio grupo, 291

enardecida, 333
étnica, 524
física, 146, 300
hostil, 300, 333
humana, 301, 334
instrumental, 300, 333
en el logro de recompensas, 309
manifiesta en la vida real, 326
masculina, 128
mortal, 333
social, 300, 318
Agresividad, 304
varía entre individuos, 303
Agresivos, 333
Agrupamiento de ideas, 239
Agthe, 349, 351
Agustín, San, 129
Agustsdottir, 479
Ahmad, Nadia, 395
Ahorro de energía, 527
Aiello, 221
Ainsworth, 126, 368
Ainsworth, Mary, 369
Aisch, 236
Aislamiento, 291
Ajzen, Icek, 99
Aknin, 384
Akrami, 271
Albarracin, 99, 101, 192
Alcance del altruismo vinculado con el parentesco, 415
Alcanzar una muy buena posición económica, 532
Alcohol, 304
potencia la agresividad, 304
provoca desindividuación y desinhibición, 304
Aldag, 245
Aldea global, 132
Alden, 473, 479
Alegría por la desgracia ajena, 43
Alejandro el Grande, 9
Alexander, 205
Alicke, 509
Alineación de actitudes, 357
Aliviar sus sentimientos desagradables, 385
Alkhuzai, 414
Alquist, 180
Alta autoestima, 43
Altemeyer, 271
Alter, Adam, 333
Alteración de los vínculos de las personas por el cambio climático, 523
Altman, 134
Altruismo, 382
genuino, 393, 395
inducido por la empatía, 394, 395
otorga recompensa, 386
parental, 391
sin reciprocidad, 392
Altruistas extraordinarios, 384
Alwin, 207
Allee, 219
Allen, 142, 174
Allen, John, 345
Allen, Mark, 221
Allesøe, 477
Allik, 47
Allow, 470
Alloy, 470
Alloy, Lauren, 467
Alloys, 467
Allport, 275
Allport, F. H., 219
Allport, G. W., 270
Allport, Gordon, 272, 273, 291, 447
Amabilidad, 350
Amato, 506
Ambady, 348
Ambady, Nalini, 293
Ambición, 352
Ambiente(s)
familiares, 20, 359
ambiente social fuera de casa, 310
virtuales, 196
Ambigüedad de emociones, 374
Ámbitos importantes para la autoestima, 42
Amenaza(s)
compartida, 441
compartida del calentamiento global, 442
de castigo, 333
de causar lesiones, 320
de estereotipo, 89, 291, 292
del calentamiento global, 524
externa, 441
para la autoestima, 43
percibidas, 428
terroristas o económicas, 428
American Association for the Advancement of Science, 129
American Psychological Association, 24, 185, 306, 321
American Sociological Association, 186
Amígdala, 62, 98, 346
Amigos, 487
Amistad(es)
entre compañeros de cuarto, 356
femeninas, 144
íntima con personas, 490
masculinas, 144
por internet, 374
que se forman en línea, 374
Amor, 3
a largo plazo, 362
ayuda a crear realidad probable, 91
de compañía, 365
es un fenómeno social, 364
maduro, 380
pasional, 363, 365
perdurable, 372
romántico, 362, 364, 366
sociable, 365, 380
Amundsen, Roald, 252
Analgésico natural, 340
Análisis
a posteriori, 466
crítico, 245
de costo-beneficio, 384
de errores, 87
de las imperfecciones de nuestro pensamiento, 93
de los sentimientos, 41
de sesgos, 87
del discurso humano natural, 433
Anastasi, 282
Andersen, 416
Andersen, Susan, 30, 383
Anderson, 65, 76, 178, 254, 268, 308, 312, 318, 320, 322, 324, 325, 352, 357, 472, 524
Anderson, Craig, 25, 76, 321, 322, 323, 327, 329, 524
Andrews, 4, 469
Andreychik, 393
Andrógino, 128
Anécdotas vívidas, 493
Angier, Natalie, 334
Anglemyer, 315, 335
Angustia
del reingreso, 182
por el sufrimiento de alguien, 393
Animal(es)
cooperativo, 218
cultural, el, 131
social, 5, 131, 337, 339
ultrasocial, 218
Ánimo modifica la memoria, el, 469
Anonimato, 230
alimenta la descortesía, 230
de las discusiones virtuales, 374
en la internet, 230
Ansiedad, 44, 460, 474, 535
social, 472, 479
Antagonismo de los narcisistas hacia los demás, 46
Anthony, Susan B., 250
Anticipación de la relación, 343
Antonakis, 349
Anuncio(s)
espectaculares, 190
generados por consumidores, 195, 204
personales, 350
publicitario, 203
Años formativos importantes, 207
APA, 125
Apareamiento, 354
Aparejamiento equitativo, 350
Apariencias influyen en las votaciones, 349
Apego
ansioso, 369
despectivo, 368
evitativo, 368
inseguro, 368
íntimo a otros seres humanos, 368
materno, 368
seguro, 368
social, 367
Aplicar selectivamente la norma de responsabilidad social, 389
Apoyo
al matrimonio homosexual, 268
debe complementar,, 388
emocional, 383
de su cónyuge, 485
social, 7, 484
Appel, 46, 292
Appleseed, Johnny, 43
Applewhite, Marshall Herff, 209
Aprendizaje cooperativo, 446

aprendizaje de servicio, 416
Aprensión por la evaluación, 222, 225
Aprobación
  externa, 535
  social, 35, 85
Arbitraje, 454
Archer, 146, 305, 318, 371
Archer, Dane, 274
Archer, John, 302
Área inhibidora de la agresión, 302
Áreas cerebrales asociadas con la recompensa y el placer, 48
Argumento(s)
  de la persona, 239
  débiles, 189
  poderosos y convincentes, 189
  razonable y emocional, 196
Argyle, Michael, 136
Ariely, 538
Aristóteles, 5, 131, 337
Ariza, 238
Arkes, 38
Arkes, Hal, 204
Arkin, 54, 56, 342
Arma para autoprotección, 335
Armas de la influencia, 200
Armitage, 99
Armor, 51
Arms, 332
Arnocky, 383
Aron, 358, 364
Aron, Arthur, 364, 373
Aron, Elaine, 373
Aronson, 23, 360
Aronson, Elliot, 109, 446
Aronson, Joshua, 292, 294
Arquitectura de la amistad, 342
Arrebatos agresivos, 231
Arreglos sociales, 352
Arrepentimiento más común, 70
Arriaga, 376
Arrogancia, 87
  cognitiva, 465
Asalto, 320
Ascenso por la escalera del éxito, 32
Asch, 174
Asch, Solomon E., 160, 164, 201
Asendorpf, 472
Asertivos, 333
Asesinatos, 301, 334
Asesoría psicológica, 10
Aseveraciones falsas, 213
Ash, 301
Asher, 303
Ashton-James, 40, 279, 414
Asignación aleatoria, 22
Asimetrías en la prostitución y el cortejo, 147
Asimilación ciega, 449
Asociación entre
  calidad del matrimonio y salud física, 484
  depresión y cardiopatía, 476
Asociación Estadounidense para el Avance de la Ciencia, 15
Asociaciones
  inconscientes, 264
  negativas, 61, 264
  positivas, 194, 264
Aspecto(s)
  del sesgo en beneficio propio, 49
  dominio/sumisión, 358
  esencial de la persuasión de ruta central, 208
  más importante de uno mismo, 31
  repugnantes de la violencia, 334
Assadourian, 541
Associated Press, 193
Association for Psychological Science, 108
Asumir el control del tiempo, 489
Atados a una relación, 378
Atajo(s)
  mentales, 66, 93
  neural, 62
Ataques
  intencionales, 313
  personales, 333
Atención
  deliberada, 221
  sin distracciones, 210
Athappilly, 366
Athota, 180
Atracción, 354
  está en quien la contempla, 361
  inicial, 358
  por los lugares que se asemejan a sus nombres, 345
  por personas diferentes de nosotros, 358
Atractivo, 194, 352
atractivo del comunicador, 206
atractivo físico, 194, 347, 348
atractivo físico de la pareja potencial, 348
atractivo y fama, 195
Atribución(es)
  afectan las políticas públicas, las, 389
  de las personas, 85
  disposicional, 81, 86
  en beneficio propio, 48, 52
  errónea, 80, 91
  situacional, 81, 86
Atribuir
  el fracaso o el rechazo a algo externo, 48
  la conducta a la personalidad estable, 81
  la conducta a las situaciones, 81
  un acto de ayuda a la compasión, 417
  un acto de ayuda al acatamiento, 417
Atributos
  deseables, 350
  grupales, 173
Attia, Sharon, 309
Audiencia televisiva y agresión, 318
Aumentar la
  disposición de la gente a ayudar, 404
  empatía, 393
  fluidez al hablar, 204
Aumente la fluidez y aumentará la credibilidad, 204
Aumento()
  de empatía, 438
  de la confianza de los testigos, 499
  de la migración y la movilidad, 379
  de temperaturas, 188
  del individualismo, 470
  del materialismo, 532
  en comportamiento antisocial, 325
  en el orgullo grupal, 291
  en ingresos, 359
  en la felicidad, 539
  en los niveles de los mares, 522
  en violencia doméstica, 524
Ausencia de emociones expresivas, 374
Austeridad de la vida, 539
Austin, 385
Autenticidad, 360
Autoafirmación, 53, 117
Autocensura, 244
Autocompasión, 43
Autocomplacencia, 457
Autoconcepto(s), 30, 37, 165, 276, 377, 443
  académico, 42
  espontáneos, 185
  positivo, 277, 416
Autoconciencia, 100, 232
Autoconfianza, 47
Autocontrol, 44, 57, 303
  vale más que la autoestima, 44
Autoculpa, 470
Autoculpabilización, 470
Autoeficacia, 46, 47, 407, 482
  en el desempeño, 46
  en la vida diaria, 46
  predice la productividad, 46
Autoenfoque, 470
Autoengaño, 86
Autoestima, 19, 20, 36, 42, 47, 54, 535, 540
  amenazada, 42
  como indicador del estatus, 43
  elevada, 44, 45, 118
  general, 42
  no causa mejores logros académicos, 44
  personal, 38
  positiva, 387, 449
Autogratificación impulsiva, 229
Autoimagen, 470
Autoinformes
  de depresión y autoestima, 20
  de encuestas representativas, 16
  de felicidad, 533
  explícitos, 98
  poco confiables, 41
Autojustificación, 430
Automonitoreo, 56, 293
Autonomía, 535
Autoobservación, 408
Autopercepción positiva, 40, 42, 480
Autopersuación, 102, 110, 118

Autopresentación, 54, 56, 108
Autoprotección, 54
Autoridad(es)
  humana, 94
  ilegítima, 167
  legítima, 167
  respaldadas por instituciones, 168
Autosabotaje, 54
Autosacrificio que aumentaría la supervivencia de los genes, 391
Autosegregación, 235
Autovalía, 118
Autovaloración de la deseabilidad de los hombres, 355
Autoverificación, 66
Auyeung, 127
Averill, 307
Aversión al riesgo, 234
Axsom, 210
Ayers, 160
Ayres, 141
Ayuda, 405
  alivia un estado de ánimo negativo, la, 387
  de amigos, 390
  inducida por la culpa, 413
  mantiene un estado de ánimo positivo, la, 387
Ayudar a
  los más necesitados, 389
  los que más lo merecen, 389
Azrin, Nathan, 311

B

Baars, 60
Babad, 89
Back, Mitja, 342
Bacon, Francis, 487
Bachman, 20
Badger, 338
Baguley, 510
Bahrami, 247
Bailenson, 345
Bailenson, Jeremy, 196
Bailey, 146
Baize, 350
Baja
  autoestima, 20, 43
  causa depresión, 44
  inteligencia social, 83
  tasa de respuesta, 16
Baker, 372
Baldwin, 368
Balsa, 175
Balliet, 278
Banaji, 62, 98, 263
Banaji, Mahzarin, 202
Banco de recuerdos, 77
Banco Mundial, 145
Bandura, Albert, 33, 46, 309, 320
Banks, Sara, 198
Banse, 288
Bar-Anan, 98
Barash, David, 124, 301, 391
Barber, 146, 148, 71
Barberá, 237
Bareket-Bojmel, 259
Bargh, John, 60, 61, 80, 159, 237, 374
Bar-Haim, 346
Bar-Hillel, 67
Barholow, 304
Barkley, Charles, 302
Barlett, 308, 326
Barnes, 281, 381
Barnett, 386, 469
Baron, 289, 351, 388
Baron, R. A., 333
Baron, Robert, 222
Barongan, 321
Barrera de síntomas, 474
Barreras de la discriminación, 297
Barrick, 58
Barry, Dave, 49, 148
Bar-Tal, Daniel, 431
Bartels, 174, 471
Bartholomew, 368
Bartholow, 280, 325
Barzman, 305
Barzun, Jacques, 119
Base para el altruismo sin reciprocidad, 392
Bassili, 250
Bastian, 81, 326, 341
Batson, 144, 272, 391, 393, 395, 403, 415
Batson, Daniel, 53, 96, 393, 404, 415, 417
Bauman, 83, 245
Baumann, 474
Baumeister, 44, 46, 54, 57, 125, 147, 222, 226, 244, 266, 339, 359, 360
Baumeister, Roy, 20, 45, 57, 130, 131, 147, 338, 341, 359, 372, 377
Baumgardner, 54
Baumhart, 49
Baumrind, 165
Baxter, 85
Bayer, 219
Bayton, 262
Bazzini, Doris, 350
BBC, 68
Beach, 372
Beals, 372
Beam, 126
Beaman, 100, 139, 232, 355
Beaman, Arthur, 418
Bearak, 276
Beatie, Thomas, 125
Beaulieu, 133
Bebidas alcohólicas, 473
Becatoros, 275
Beck, 369, 471
Becker, 408
Becker, Vaughn, 286
Beer, 51
Begue, 180, 304
Belson, William, 318
Beltz, 127
Bell, 312, 313, 493
Bellah, Robert, 186
Bellezza Silvia, 184
Bem, 78
Bem, Daryl, 113, 117
Benaji, 260
Benartzi, 18
Benbow, 143
Bendix, 187
Beneficio(s)
  de ayudar, 384
  de la autoeficacia, 482
  de la autoestima elevada, 44
  de la comunicación mediada por computadoras, 375
  de la solidaridad comunal, 443
  del altruismo inducido por la empatía, 395
  mutuo, 425
  psicológicos del prejuicio, 278
  tranquilizador de tomar la mano, 484
Benenson, Joyce, 141
Benjamin, 162, 314
Bennett, 317, 346
Bennis, 253
Benson, 405, 410
Benton, 52
Berg, 362, 370, 371, 372
Berger, 184, 185, 344
Berglas, Steven, 54
Bergsieker, 262
Berkman, 483
Berkowitz, 321, 385, 387, 388
Berkowitz, Leonard, 307, 312, 314, 320
Berman, 99
Berndsen, 285
Bernhardt, 306
Berns, 179
Bernstein, 77, 260
Berry, 505
Berscheid, 104, 347, 349, 350, 351, 358, 359
Berscheid, Ellen, 343, 351, 363, 364
Bersoff, 511
Bertolotti, 527
Bertrand, 263
Besser, 369
Best, Deborah, 145
Bettencourt, 146, 296, 303
Beussink, 407
Bianchi, 33, 137, 139
Bickman, Leonard, 411, 450
Bienes
  materiales, 382
  sociales, 382
Bienestar
  colectivo, 421
  del grupo, 425
  estadounidense, 542
  personal, 530, 535
  psicológico, 539
Bigam, 511
Billig, Michael, 278
bin Laden, Osama, 13, 171, 300
Biner, 313
Bingenheimer, 310
Binham, 391
Biología
  del amor perdurable, 367
  y comportamiento, 306
Bishop, 474
Bishop, George, 235
Bizumic, 271
Bizzoco, 377
Björkqvist, 146
Black, 299
Blair, 398, 507
Blake, Robert, 444
Blaker, 252
Blanchard, 105
Blank, 12, 496
Blanton, 98, 112, 260
Blascovich, Jim, 196
Blass, 163, 165, 167, 180
Bleske-Rechek, 356
Block, 83
Blogowska, 410
Bloom, 122
Bloom, Paul, 396

Bloqueo de metas, 275
Bock, 266
Boden, 20
Boden, 44
Bodenhausen, 41, 197, 264, 280, 281
Bodford, 369
Boehm, 476
Boer, 357, 534, 540
Böger, 471
Boggiano, 117
Bohm, 276
Boksem, 57
Bolsa de Valores de Nueva York, 88
Bombardeos terroristas, 428
Bond, 136, 161, 180, 205, 220, 310, 334
Bond, Charles, 295
Bond, Michael, 356
Bondad, 117
Bonner, 245
Bonnot, 293
Bonos prosociales, 384
Boomsma, 471
Booth, 306
Boothby, 220, 288, 507, 508
Borgida, Eugene, 266, 293, 517
Bornstein, 343, 346, 494
Bos, 7
Bossard, 342
Bosson, 145
Bosson, Jennifer, 145
Bothwell, 282
Botvin, 213, 215
Botwin, 358
Bouman, 275
Bourgeois, 510
Bourke, 317
Boutwell, 377
Bowen, 3, 293
Bower, 73, 469
Bowlby, John, 368
Bowler, 79
Boyatzis, Chris, 22
Boyce, 359, 537
Boyer, 139
Bradbury, 44, 360, 378
Bradfield, Amy, 498
Bradley, 116
Branas, 335
Brand, 352
Brandon, 493
Brandt, 23, 266, 271
Bratko, 134
Bratman, 540
Bratslavsky, Ellen, 359, 372
Bratt, 270
Brauer, 239
Brauer, Markus, 234
Braun, 320
Braverman, 197
Bray, 514, 517
Breckler, 525
Brecha
  de género, 146
  generacional, 207
Bregman, 497
Brehm, 183, 481
Brehm, Jack, 112
Brehm, Sharon, 479
Breivik, Kyrre, 300
Brekke, 288, 303
Brekke, Nancy, 294
Brenner, 49
Brescoll, 267, 289
Brethel-Haurwitz, 387
Breuer, 306
Brewer, 198, 277, 290, 494
Brigham, 282, 495
Brillantez de la intuición, 63
Briñol, 114, 190, 194, 197
British Psychological Association, 24
Brock, 210
Brodt, Susan, 474
Brody, 258
Bromet, 470
Bronfenbrenner, Urie, 431
Broockman, 259, 280
Brooks, 165, 267
Brooks, David, 236
Broome, 473
Broussard, 125
Brown, 73, 137, 221, 282, 292, 310, 354, 355, 381, 383, 390, 469, 485, 537
Brown, Donald, 122
Brown, H. Jackson, 50
Brown, Jonathon, 42
Brown, Robert McAfee, 26
Brown, Rupert, 306
Brown, Vincent, 247
Browning, Elizabeth Barret, 362
Brownlee, 54
Bruce, Vicki, 495
Bruck, 496
Brummelman, 45
Brunell, 45
Brunner, 266
Bruun, 226
Bryan, 403, 508
Bryan, Christopher, 212
Bryant, 32
Buckhout, Robert, 494
Buehler, Roger, 39
Buen
  ánimo, 387
  humor, 72
Buena
  fortuna personal, 51
  salud, 359
Bugental, 258
Bugental, Daphne, 470
Bui, 52
Bull, 350
Bullington, 402
Bullock, 204
Bumbstead, 250
Burchill, 469
Burger, 51, 165, 175, 194, 199, 252, 342, 388, 405, 415
Burger, Jerry, 163, 171
Burkett, 366
Burkhauser, 538
Burkholder, 534
Burns, 51, 228
Burns Vaughan, Katherine, 115
Burnstein, 239, 307, 391
Burr, 342
Burriss, 390
Burson, 64
Burton, 485
Buscar a alguien de atractivo que se le asemeje, 349
Busching, 321
Bush, George W., 65, 109, 208, 235, 279, 433
Bushman, 42, 44, 210, 232, 304, 313, 314, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 326, 332, 334
Bushman, Brad, 45, 321, 322, 329, 332
Búsqueda de
  la autoafirmación, 53
  la autoconfirmación, 53
  la autoestima, 43
  la verdad, 77
  orden en los sucesos aleatorios, 70
Buss, 124, 125, 358
Buss, David, 126, 354
Butcher, 332
Butler, 259, 470
Buttelmann, 276
Butterfield, 507
Butz, 90
Buunk, 370
Byehler, 38
Byrne, 356, 361
Byrne, Donn, 356
Byrnes, 146

C

Cacioppo, 6, 115, 117, 197, 210, 374, 247, 471, 472
Cacioppo, John, 189, 450
Cafferty, 180
Cain, Thomas, 88
Cal, 192
Calcio, 305
Caldwell, 369
Calentamiento global, 188, 312
Calidad
  de la evidencia, 507
  de vida, 535, 541, 542
  del matrimonio, 484, 488
Calor, 312
  aumenta la agresión a corto plazo, 524
Callaghan, 408
Calley, William, 168
Callow, Keith, 347
Camaleones sociales, 56
Cámaras de eco ideológicas, 65
Cambiando los patrones negativos de pensamiento, 480
Cambiar
  la propia conducta externa, 478
  las actitudes de la gente, 96
  los pagos o recompensas, 427
Cambio(s)
  biológicos, 150
  climático, 69, 123, 124, 188, 423, 520, 523, 539, 543
  conductual, 138, 190, 481
  cultural(es), 129
  hacia un mayor individualismo, 163
  de actitudes, 78, 118
  de comportamiento, 155
  de creencias, 78, 118
  de nuestras percepciones, 73
  de nuestro estado de ánimo, 73
  en actitudes, 139
  en autopercepciones y autoatribuciones, 481
  en la conciencia humana, 539
  epigenéticos, 149
  hormonales, 128
  interno, 481
  inducidos por el grupo, 234

Cameron, 198
Caminar juntos, 453
Caminatas por el bosque, 540
Camp, 500
Campañas de derechos civiles, 188
Campbell, 8, 45, 46, 47, 57, 68, 273, 333, 376, 403, 472, 526
Campbell, Donald, 157, 202, 390, 392, 536
Campbell, Will, 537
Canadian Psychological Association, 24
Canal de comunicación, 203
Canciones prosociales, 416
Candidatas mujeres, 145
Candidatos hombres, 145
Canevello, 43
Cann, 507
Cantar en grupo, 231
Canter, 399
Cantor, 31, 51, 372
Cantril, 250
Cantu, 127
Capa de gases de efecto invernadero, 521
Capacidad(es)
de adaptarnos, 129, 539, 536
de ilusión, 63
y autoengaño, 86
de la mente humana, 92
de procesamiento dual, 98
de relacionarse, 144, 535
de respuesta parental, 369
de sugestión de la gente, 157
del yo para la acción, 57
intuitivas, 4
para aprender y adaptarnos, 130
Capacitación
disciplinada de la mente, 94
en sesgos implícitos, 264
Capacitar a los padres, 333
Capital social, 388
Caprioli, 139
Caputo, Deanna, 64
Característica(s)
adicionales del amor pasional, 368
asociadas con hombres y mujeres, 124
de demanda, 24
de los comunicadores eficaces, 194
de los narcisistas, 45
de una buena teoría, 15
primordial de una vida feliz, 379
Cardiopatía, 476
Carducci, 364
Carencia de
expectativas de éxito académico, 328
lazos familiares estrechos, 328
Carey, 521
Carisma de confianza en sí mismos, 253
Carli, Linda, 288
Carlo, 407
Carlsmith, 385
Carlsmith, J. Merrill, 110
Carlson, 149, 307, 366, 387, 510
Carlston, 56
Carnagey, 325
Carnaghi, 146
Carnahan, 103
Carnegie, Andrew, 334
Carnegie, Dale, 341, 360
Carnelley, 369
Carney, Dana, 202
Carothers, 140
Carpenter, 193, 339, 409
Carpusor, 259
Carr, 346
Carranza, 140
Carré, 305
Carroll, 147, 160, 316
Carroll, Douglas, 19
Cartwright, 236, 310
Carvallo, 338
Carvallo, Mauricio, 345
Carver, 100, 469, 472, 477
Carver, Charles, 412
Case, 487
Cash, 351
Casos
con una carga racial, 511
de visión ciega, 63
Caspi, 130, 304, 356
Cassidy, 369
Castelli, 271, 357
Castelli
Castigadores, 423
Castigados, 423
Castigo físico, 333
Castro, Fidel, 82, 242
Catarsis, 326
Categorización, 281
Catellani, 527
Causalidad inversa, 345
Causas
de la conducta, 4
de la confidencia, 371
del efecto del espectador, 401
externas del comportamiento, 81
inmediatas de las diferencias de género, 150
internas del comportamiento, 81
posibles de dificultades posteriores, 44
Ceci, 496
Ceci, Stephen, 267
Ceguera
al cambio, 495
de sesgos, 432
Celebración de la diversidad, 449
Celos homicidas, 128
Cemalcilar, 338
Censuramos nuestros propios sentimientos negativos, 360
Central sensorial del cerebro, 62
Centrarse en
las diferencias, 449
los argumentos, 189
Centro de
detección de amenazas del cerebro, 62
nuestro mundo, 28
Cerankosky, 327
Cercanía
en las relaciones, 385
y legitimidad de la autoridad, 166
Cerebro humano adaptativo, 130
Cerebros anormales, 303
Cerrados a la información, 77
Cialdini, 197, 247, 277, 413
Cialdini, Robert, 113, 199, 212, 395, 415, 450
Ciberacoso, 299, 300, 306, 333
Ciberbalcanización de internet, 375
Ciberespacio, 214
Ciberostracismo, 340
Cibersexo, 374
Cicerello, 350
Cicerón, 347
Ciencia
de la epigenética, 130, 150, 152
forense de la mente, 498
genética, 149
Científicos intuitivos, 4
Cikara, 6, 391
Cillessen, 300
Cimpian, 289
Cioffi, Delia, 418
Círculo de preocupación moral, 414, 415
Círculo vicioso, 90
de experiencias negativas, 479
de la depresión, 479
Circunstancias que
aumentan la autoconciencia, 232, 412
reducen la autoconciencia, 232
reducen la fertilidad de las mujeres, 354
Citas relámpago, 348
Clark, 146, 175, 292, 370
Clark, Kenneth, 261
Clark, Mamie, 261
Clark, Margaret, 370, 371, 386
Clarke, 342
Clarkson, Thomas, 273
Clase(s) social(es), 181, 408
Clasificación de personas en grupos, 281
Clayton, 523, 529
Clegg, 181
Cleghorn, 16
Clement, 52, 282
Clifford, 350
Clinton, Hillary, 17, 67, 264
Clore, 361, 389
Coacción sexual, 301
Coactores, 218
Coan, 484
Coates, 416
Coats, Erick, 144
Coccia, 308
Cognición(es), 96, 108, 258, 346
corporizada, 61, 62, 114
implícita, 260
protectora de la identidad, 109
social, 27, 62
Cohen, 33, 132, 198, 222, 292, 293, 310, 477, 483
Cohen, Dov, 310
Cohen, S., 215
Cohesión, 174, 429
el esfuerzo, 228
social, 448
Cohibición, 472
Cohn, 312, 313
Coincidencia equitativa, 370

Coker, 201
Colapso del autocontrol, 340
Colarelli, 145
Colby, Catherine, 451
Cole, 477
Colectivismo, 33
Colectivistas
  asiáticos, 36
  económicos, 33
  morales, 33
Coleman, 288, 360
Colman, 236
Coloff, 500
Columb, 260
Collins, 371
Collins, Mary, 436
Colloff, 501
Combinación de las predicciones de expertos, 249
Combinar fragmentos de información, 77
Comentarios
  de Twitter, 204
  negativos honestos, 193
  positivos, 193
  postidentificación, 501
Comer, 228
Comerciales de televisión, 190
Comercio
  electrónico, 528
  internacional, 132, 445
Comfort, 512
Cómo
  imaginamos que nos ven, 32
  nos ven los demás, 32
Como se ven a sí mismos los narcisistas, 46
Comparación(es), 539
  autocomplacientes, 52
  con los demás, 43, 239
  de medios, 206
  en sentido ascendente, 32, 537
Comparación social, 31, 239, 241, 355, 537, 539
  descendente, 540
  sesgada, 32
Compararnos hacia arriba, 537
Compartir
  actitudes, 356
  el mal, 171
Compasión
  por el bienestar de los demás, 395
  racional, 396
Compatibilidad romántica, 374
Compensación por emisiones, 527
Competencia, 270, 275
  evolutiva, 390
  más persistencia, 47
  personal, 117
  profesional, 49
Complementariedad, 358
Componentes
  de la persuasión, 191
  del amor, 362
Comportamiento(s), 4, 6
  adaptativo, 30
  agresivo(s), 312, 318, 320, 324
  anormal, 303
  animal, 128
  antisocial, 304, 319, 325
  aprendido, 301
  asistencial, 382
  contraproducente, 479
  de las personas, 81
  depresivo, 469
  desinhibido, 231
  determina las actitudes, 101
  discriminatorio, 263
  en pro de la comunidad, 425
  exterior, 6
  forzado, 111
  humano, 411, 433
  inmoral, 171
  instintivo, 301
  negativo(s), 80, 259
  positivo, 387
  prosocial, 321, 384, 392, 408
  público, 95
  sanos, 484
  sin restricción, 229
  social(es), 2, 6, 11, 124, 133, 309, 339, 348
  violento y agresivo, 303
Composición del placer, 78
Comprar por impulso, 39
Comprarse tiempo, 537
Compras
  cibernéticas, 374
  materiales, 537
Comprender las instrucciones del juez, 510
Comprensión
  del mensaje, 206
  mutua, 363, 368
Compromiso
  inicial inocente, 200
  previo, 176
Comstock, 321
Comunicación(es)
  a través del lenguaje, 131
  abierta y franca, 426
  constructiva, 451
  de grupo, 426
  en línea, 374
  mediada por computadora, 373
  no verbal, 4
  que incitan el miedo, 198
Comunicar los sentimientos, 451
Comunidades
  de fe, 540
  en línea, 230
  virtuales, 373
Comunitarismo, 186, 456, 457
Concepto de
  acuerdo integrador, 451
  agresión, 300
  altruismo, 382
  andrógino, 128
  atractivo, 352
  autoeficacia, 46, 47
  autoestima, 47
  catarsis, 332
  complementariedad, 358
  confidencia, 371
  confirmación conductual, 91
  conflicto, 420
  congraciamiento, 360
  correlación ilusoria, 70
  credibilidad, 192
  cultura, 130
  desindividuación, 229
  desplazamiento, 307
  discriminación, 259
  efecto de desinformación, 77
  efecto de sobrejustificación, 115
  elevación, 403
  empatía, 393
  endogrupos, 276
  equidad, 369
  exclusión moral, 414
  exogrupos, 276
  formulación, 17
  GRIT, 454
  heurística, 66
  holgazanería social, 224
  identidad social, 276
  ignorancia pluralista, 239
  justicia, 429
  justificación insuficiente, 110
  norma de reciprocidad, 387
  normas, 132
  ostracismo, 339
  pensamiento contrafáctico, 69
  pensamiento grupal, 242
  persuasión, 188
  polarización grupal, 233
  prejuicio, 257
  privación relativa, 308
  reactancia, 508
  rol, 102
  selección de parentesco, 391
  selección natural, 123
  sesgo de impacto, 40
  sesgo retrospectivo, 12
  teoría, 15
  trampa social, 422
  transgénero, 125
Concepto de apego
  ansioso, 369
  evitativo, 368
  seguro, 368
Concepto de liderazgo, 252
  de tarea, 252
  social, 252
  transformador, 254
Concepto del amor romántico, 364
Conciencia
  espiritual, 255
  personal, 412
Condescendencia, 263
Condición(es)
  de disonancia, 118
  de invalidación, 499
  de realimentación de confirmación, 499
  sin realimentación, 499
Condicionamiento, 361
Conducta(s), 4
  autodestructivas, 339
  automática, 158
  comunes, 158
  de ayuda, 387, 393, 412
  de consumo, 189
  de género, 124
  discriminatoria, 259
  dominante y agresiva, 306
  egoísta, 383
  estereotipada de comer helado, 339
  indeseadas, 340
  planeadas, 99
  social, 301
  socialmente deseable, 49
  universales que definen la naturaleza humana, 123

violenta, 95
Conexión(es)
de apoyo, 388
electrónica de las redes sociales, 472
entre riqueza y bienestar, 531
Confer, 129
Confesiones
falsas, 497
internalizadas, 497
obedientes, 497
Confiabilidad
de los testigos oculares, 502
percibida, 193
test-retest, 98
Confianza, 452
en sí mismos, 46, 64, 251, 253
excesiva, 65, 66, 71, 112, 494
propia, 498
realista, 66
Confidencia, 371, 372
abierta, 373
creciente, 373
en relaciones de citas, 373
espontánea, 374
Confirmación conductual, 91
Conflicto(s), 420, 428
civiles, 524
de grupo realista, 275
detonados por trampas sociales, 434
entre individuos, 36, 421
grupales, 36, 421, 432
Conformidad, 3, 155, 168, 328, 407
alimentada por la cohesión, 175
en situaciones cotidianas, 161
intencional, 182
pública, 106
Confusión correlación-causalidad, 19
Conger, 369
Congraciamiento, 360
Conjetura retrospectiva, 128
Conjunto de individuos, 218
Conner, 33, 99
Conocedores del tema, 192
Conocimiento se convierte en amistad, 355
Conroy, 126
Consciencia
activa, 63
controlada, 63
de la muerte, 338
de sí mismo, 100
grupal, 277
Consecuencias
de la culpa, 385
de la precisión excesiva, 64
de la victimización, 291
sociales de la internet, 375
Consenso, 245
aparente, 244
Consentimiento informado, 24
Consistencia, 250
entre hechos y palabras, 100
Constitución biológica humana compartida, 130
Construcción
de recuerdos, 78, 79
de situaciones sociales, 22
de una falsedad por la mente, 77
social de la enfermedad mental, 461
Constructo(s) social(es), 461, 518
Construirnos una vida, 534
Consultores de grupos de trabajo, 233
Consumo llamativo, 539
Contacto(s), 435
competitivo, 441
cooperativo, 441
cooperativos en igualdad de estatus, 448
desigual, 440
disminuye los prejuicios, 435
en igualdad de estatus, 440
indirecto vicario, 435
intergrupal inicial, 438
interracial, 435, 438
negativo fomenta el desagrado, 440
personal, 205, 438
predice la tolerancia, 435
reduce el prejuicio, 437
visual directo, 194
Contagio, 328
emocional, 115
grupal, 328
social, 159, 160
Contaminación del aire, 312
Contemplación reduce la confirmación, 66
Contenido del pensamiento, 25
Contexto(s)
científicos, 168
del mensaje, 199
social, 6, 85
Contraargumentación, 210
Contraargumentos, 212
Contrada, 175
Contratos de matrimonio, 370
Contribuciones
conductuales a la enfermedad, 474
del individuo, 429
Control
del consumo, 528
estudiantil sobre los planes de estudio, 78
percibido, 540
personal, 180
Controlar
el enojo, 334
eventos fortuitos, 71
Controles viales, 263
Controversia ética, 165
Convergencia cultural, 131
Conversaciones íntimas entre personas, 374
Convicciones internas, 169
Conway, 127, 209
Conway, Michael, 79
Cook, 105, 397, 524
Cooke, 117
Cooley, Charles H., 32
Coombs, Robert, 488
Cooper, 89, 108, 117
Cooper, Joel, 291
Cooperación, 416
exitosa entre dos grupos, 445
promueve la supervivencia, 367
Copérnico, 250
Copper, 242
Corazonada, 60, 94
Cordialidad/amabilidad, 407
Corman, 304
Cornelius, 200
Cornwall, 522
Correcciones a la información ya ofrecida, 204
Correlación(es)
entre contacto y actitudes positivas, 435
entre dos variables, 44
entre expectativas y logros, 88
entre felicidad e ingresos, 534
entre la riqueza nacional y el bienestar, 533
entre materialismo e insatisfacción, 535
entre pobreza y mala salud, 486
entre sentimientos predichos y sentimientos reales, 40
entre temperatura y agresión, 312
desfasadas, 21
ilusoria, 70, 285, 461, 463, 466
riqueza-salud, 19
Correll, 264
Correll, Joshua, 264
correo electrónico, 237, 299, 319, 528
Corrigan, 303
Cortar la espiral de violencia, 448
Corteza
pensante, 62
prefrontal media, 31
Cosas
positivas sobre experiencias negativas, 44
que conforman una vida genuinamente buena, 541
Coskun, 247
Costa, 136
Costa-Lapes, 270
Costanzo, 301, 333, 512
Coster, 205
Costo oculto de las recompensas innecesarias, 115
Costos adicionales del rompimiento, 377
Cota, 185
Cotton, 312
Cottrell, Nickolas, 222
Coulter, 344
Courbet, 347
Cousins, Norman, 94
Covey, 70
Cowan, Claudia, 386
Cowell, 396
Cox, 61
Coyne, 318, 320, 469
Crabtree, 142
Cracco, 159
Craig, 299
Crandall, 175, 280
Crandall, Chris, 273
Crano, 89, 90
Crawford, 258

Creación de recuerdos falsos, 77
creación de redes, 374
creación de resonancia, 205
Crear
  creencias falsas, 64
  profecías autocumplidas, 435
  recuerdos falsos, 495
Creciente desigualdad de ingresos, 539
Crecimiento
  económico en los países prósperos, 535
  espiritual personal, 33
  poblacional, 543
Credibilidad de la fuente, 192
Creencia(s), 3, 76, 78, 258
  en la propia superioridad, 44
  construidas, 63
  erróneas acerca del mundo social, 91
  estereotipadas, 281
  falsas, 93, 187
  sociales, 2, 60, 87, 91, 136, 259
  y sentimientos privados, 95
Creer en lo que se dice, 103
Creyendo la información falsa, 76
Crianza
  parental, 134
  paterna, 95
    más autoritativa, 333
Criaturas sociales, 5, 367
Crick, Francis, 247
Crímenes brutales, 335
Crisis ecológica, 459
Critcher, 69
Crítica, 360
Crocker, 71, 277, 279, 283, 290
Crocker, Jennifer, 42, 43, 539
Crofton, Christine, 355
Croizet, 83, 293
Crompton, Tom, 529
Crosby, 263
Cross, 35, 146
Crossen, 19
Crowley, Maureen, 389, 408
Crowther, 402
Croxton, Jack, 78
Croyle, 117
Cruwys, 471
Csikszentmihalyi, Mihaly, 540
Cualidades
  compensatorias, 350
  subjetivas, 50
  únicas de la persona, 349
Cuatro C de la pacificación, 435
Cubierta que atrapa el calor, 527
Cuddy, 270
Cuerpos perfectamente simétricos, 354
Culpa, 385
  autodirigida, 470
  de haber lastimado a alguien, 377
  de las promesas rotas, 377
  eleva la sensibilidad, 385
Culpabilización, 287
Culpar a
  la víctima, 287
  las causas externas, 291
Culparse a sí mismo, 291
Cultura(s), 5, 9, 130
  asiáticas, 44
  blanca, 357
  cerradas, 134
  colectivas, 133
  colectivista(s), 35, 48, 85, 487
    no comunistas, 227
  competitiva e individualista, 487
  comunitarias, 376
  con escasos recursos, 352
  construye roles de género, 138
  de paz, 543
  expresiva, 133
  formal, 133
  global uniforme, 131
  individualistas, 36, 133, 227, 376, 430
  negra, 357
  occidental de pensamiento positivo, 85
  occidentales industrializadas, 32
  socializa el comportamiento, 128
Cultural Animal, The. Véase Animal cultural, el
Cullum, 175
Cumplimiento de los estándares de la sociedad, 43
Cunningham, 282, 368, 372, 387
Curiosidad de mente abierta, 94
Curse of the Self, The, 30
Cutler, 499, 502, 508, 511
Cutler, Brian, 511
Cutrona, 485
Chaiken, 96, 191, 195, 197
Chaiken, Shelly, 189, 206
Chalmers, 50, 53, 357, 538
Champagne, 149
Champman, Jean, 462
Champman, Loren, 462
Chan, 213, 251, 369
Chance, 31, 282
Chandra, 285
Chang, 181
Chapin, 288
Chaplin, 498
Charnie, 471
Chartrand, 114
Chartrand, Tanya, 61, 159, 356
Chatard, 290
Check, 317
Check, James, 316
Chen, 178, 194, 219, 234, 238, 276, 341, 356, 357, 372, 486
Chen, Serena, 30
Cheney, Richard, 307
Cheng, 57, 210, 300
Chermack, 304
Chester, 309
Cheung, 308, 539
Chiao, 349
Chicago Tribune, 493
Chida, 476
Chiles, Cynthia, 174
Chismes dañinos, 300
Chismorreo, 318
Chodorow, 141
Choi, 35, 85
Choi
Choma, 271
Chopik, 144
Choque de intereses, 428
Chorost, 365
Chou, 31, 258
Chou
Chow, 17
Christakis, 159, 487
Christensen, 472
Chua, 35
Chulov, 238
Chung, 259
Church, 48, 227
Church
Churchill, Winston
Churchill, Winston, 254, 428

D

D'Agostino, 346
D'Orlando, 316
Dabbs, 128, 305
Dalgas, 349
Dalrymple, 328
Dambrun, 8, 166
Dambrun
Damon, William, 20
Dando, 500
Daniels, Denise, 134
Dannelet, Melissa, 466
Danner, 478
Dañar a una víctima inocente, 104
Dar
  apoyo social, 485
  aumenta la felicidad, 383
  prioridad a las relaciones cercanas, 490
  rienda suelta al enojo, 332
  una buena impresión, 108
  y recibir apoyo, 363, 368
Darby, Joseph, 180
Dardenne, 270
Darley, 397, 403, 411
Darley, John, 295, 333, 343, 397, 404
Darrow, Clarence, 504, 505
Dartmouth College, 115
Darwin, Charles, 15, 123, 129
Dasgupta, 280
Dashiell, 219
Dauenheimer, 293
Davey, 534
David, 71
Davidai, 69
Davidson, 303
Davies, 77, 349, 493
Davies, Paul, 129
Davila, 488
Davis, 70, 81, 104, 228, 357, 368, 471, 495, 509, 513
Davis, James, 208, 517
Dawes, 44, 52, 466
Dawes, Robyn, 20, 93, 426, 428
Dawkins, 281
Dawkins, Richard, 390, 392
Dawson, 13
Dawtry, 538
De Assis, 149
De Graaf, 410
  de Hoog, 198
  de Hoogh, 254
De Houwer, 361
  de Kempis, Tomás, 255
  de Lange, 61
De Neve, 534
  de Sherbinin, 523
  de Tocqueville, Alexis, 186
De Vogli, 484

de Waal, 394
de Zavala, 272, 287
de Zavala, Golec, 209
Deary, 272
Deaton, 50, 53, 487, 533
Deaux, Kay, 143
DeBruine, 345
DeBruine, Lisa, 405
DeCelles, 538
Decety, 31, 396
Deci, 115, 117, 339
Decisiones
de ayudar, 383
de las personas, 527
en equipo, 246
individuales, 246
simples, 112
Declive de la religión y la familia, 470
Dechene, 204
DeChurch, 246
Defectos
de nuestro pensamiento social, 86
humanos, 87, 93
lógicos en la manera en que nos percibimos, 75
Defensa(s)
de "parásito venenoso", 212
del Twinkie, 305
psicológicas, 40
Defensores del libre mercado, 529
Definición de
acatamiento, 155
aceptación, 155
actitud, 96
agresión, 146, 300
amor pasional, 363
atractivo, 194
autoconciencia, 232
catarsis, 326
ciberacoso, 299
coactores, 218
cohesión, 174
conformidad, 155
efecto de incubación, 192
efecto de reflector, 28
epigenética, 131
espacio personal, 133
estereotipo, 258
grupo, 218
neurociencia social, 6
obediencia, 155
personalidad autoritaria, 271
prejuicio, 258
psicología social, 2
racismo, 260
sexismo, 260
Definición grupal de quienes somos, 443
Definiciones
culturales, 10
de grupo de la psicología social, 218
Deforestación, 423
Dehue, 300
Del Vicario, 65
Deleites del amor sociable, 372
Delgado, José, 102
Deliberaciones del jurado, 514
Delincuencia en pandilla, 236
Delincuentes
juveniles, 334
sexuales, 316
Delisi, 312, 325, 524
Dellande, 177
Demandas de
la autoridad, 162
la conciencia, 162
rol, 128
Demasiada justificación, 117
Demonización del enemigo, 433
Demostraciones públicas, 479
Demoulin, 278
Denissen, 338
Dennet, Daniel, 123
Dennett, 129
Denollet, 476
Denrell, 178
Denson, 303
DePaulo, 488
Deportes de equipo, 231
Depresión, 338, 460, 476, 479, 480, 488, 535
de las defensas inmunitarias, 477
Derechos
colectivos, 456
humanos universales, 543
individuales, 456
transgénero, 268
Derks, 293
Derlega, 371
Dermer, 364
Dermer, Marshall, 539
DeRubeis, 467
Desaceleraciones económicas, 523
Desacreditación, 493
Desafíos de la supervivencia, 124
Desagrado
exogrupal, 278
por el grupo conflictivo, 429
Desahogarse de los sentimientos dolorosos, 487
Desánimo extremo, 339
Desapego es un proceso, 377
Desarrollar una
filosofía de vida, 532
sensación de cercanía, 373
Desarrollo del género, 141
Desatención cortés, 135
Descargar la tensión emocional, 332
Descartar, 40
la situación, 82
Desconfianza, 291
ante lo que no conocemos, 346
de la autoridad humana, 94
Desconocidos para nosotros mismos, 41
Descripciones de rasgos, 84
Descuido de la probabilidad, 68
Desempeño social, 56
Desenlace alternativo, 70
Desensibilización ante la violencia, 325
Deseo(s)
de ayudar, 395
de bienes materiales, 532
de evitar las emociones negativas, 526
naturales, 126
Desertor solitario, 251
Desesperanza, 470
Deshumanizar al enemigo, 104, 271
Desigualdad(es), 487
culturales, 139
de estatus, 297
de ingresos, 539
en estatus genera prejuicio, 270
Desindividuación, 218, 229, 230, 244, 328
Desindividuarse, 229
Desinformación, 496, 525
tóxica, 237
Desinhibición, 328
Desintegración social, 429
Deslices mentales, 28
Desmarais, 502
Despersonalizar el conflicto, 378
Despertar la
culpa de la gente, 413
preocupación por la autoimagen, 413
Desplazamiento, 307
Destacar las diferencias multiculturales, 449
DeSteno, 72, 96
Destrucción ambiental, 539
Desventaja de la investigación correlacional, 19
Desviación hacia el mal, 171
Desvinculación moral, 104
Desvincular el comportamiento de las actitudes, 231
Detener el deterioro del amor, 379
Deterioro del amor, 379
Determinantes de la influencia minoritaria, 250
Determinar causa y efecto en los estudios correlacionales, 21
Determinismo genético, 129
Detonador básico de la agresión hostil, 312
Detweiler, 475
Deutsch, 62, 176
Deutsch, Morton, 177, 421, 436, 455
devaluación reactiva, 453
Devenport, 502
Deveraj, 387
Devine, 117, 284
Devine, Patricia, 280
Devos-Comby, 198
Devries, 267
DeWall, 34, 57, 304, 339, 340, 341, 368
Dexter, 508
DeYoung, 180
Diagnósticos
confirmados por sí mismos, 461
erróneos, 466
Diallo, Amadou, 264
Diamond, 510
Diamond, Jared, 354
Dickerson, 477
Dicum, 374
Diehl, 247
Diekman, 48, 143
Diener, 231, 232, 303, 533, 534, 536, 540, 542
Diener, Edward, 100, 230, 231, 541
Diferencia(s)
de empatía entre hombres y mujeres, 144
de estatus, 270

en las fantasías sexuales, 148
entre actor y observador, 84
entre hombres y mujeres, 140, 143
entre las personas, 334
grupales, 134, 259
individuales, 148
en el comportamiento de ayuda, 407
psicológicas, 126
entre culturas, 37
Diferencia(s) cultural(es), 357
dentro de las clases sociales, 181
en las interacciones, 135
Diferencia(s) de género, 124, 140, 148, 408
en actitudes sexuales, 147
en la agresión, 127
según el contexto, 146
Diferencias sexuales, 125, 126, 139, 142
biológicas, 152
en el juego, 141
Dificultades maritales, 371
Difusión de
creencias falsas, 187
la responsabilidad, 3
Dijker, Anton, 132
Dijksterhuis, 189
Dilema(s)
del prisionero, el, 422
epistemológico, 161
sociales, 423
Dill, Karen, 327
Dillehay, 517
Dillon, 320
Dimensiones
culturalmente universales de percepción social, 270
de las actitudes, 96
personales universales, 136
subjetiva, socialmente deseable y común, 49
universales de creencias sociales, 136
Dinámica
grupal defectuosa, 246
social de la sala de justicia, 492
Dindia, 142
Dinero rápido, 424
Ding, 385
Dion, 185, 195, 350, 365, 366, 376
Dion, Karen, 350
Dióxido de carbono, 423
Disciplinar sin violencia, 333
Disciplinas STEM, 274
Discordias maritales, 48
Discrepancia(s)
de ingresos, 308
entre actitudes y acciones, 96
entre actitudes y conducta, 117
entre comportamiento y actitudes, 109
entre expectativa y logros, 308
más grande entre ricos y pobres, 308
Discriminación, 259, 263, 414
contra el propio grupo, 441
de género, 258, 267
laboral, 263, 268
por peso, 258
positiva, 100
racial, 258
Discurso
de odio socialmente tóxico, 273
humano natural, 433
Discusión(es)
de dilemas, 426
grupales, 235, 239, 255
intragrupal, 429
positivas, 451
Diseminación, 131
Disfrutar de la compañía del amado, 363
Dishion, 236
Disminución
de amenazas percibidas, 438
de la autoestima, 270
en la obsesión mutua de los padres, 367
en la resistencia, 291
Disolución de responsabilidad, 328
Disolver la responsabilidad, 229
Disonancia
cognitiva, 108
incómoda, 117
Disponibilidad, 343
de alimentos, 123
Disposición(es)
a hacer el bien después de hacer el mal, 385
de la evolución, 126
de las personas que ayudan, 407
interna del paciente, 479
Distancia
emocional respecto a la víctima, 166
funcional, 342
geográfica, 342
psicológica entre agresor y víctima, 315
Distinción entre individuos no relacionados, 218
Distinciones de estatus social, 122
Distorsión de las percepciones del público, 526
Distracción, 210, 222
desarma contraargumentación, 210
Distribución de ingresos, 538
recompensas, 429
Dittman, 535
Ditto, 258
Ditto, Peter, 204
Diversidad
cultural, 130, 132, 357
del grupo, 514
dentro de la unidad, 450
Diversificar los actos conciliatorios, 455
División
de labores permitida por la cultura, 131
sexual de labores, 150
Divorcio aumenta el riesgo
de problemas de salud, 484
posterior de muerte temprana, 477
Dixon, John, 437
Dobolyi, 494
Dobzhansky, Theodosius, 129
Dodson, 494
Doherty, 236, 523
Dohrenwend, 485
Dolinski, 163, 169
Dolinski, Dariusz, 386, 418
Dolnik, 210
Dolor, 311
de corazón, 340
de la soledad, 371
del rechazo social, 340
físico, 340
psicológico, 312
rectal de oídos, 167
social, 339
del ostracismo, 340
Dominio social, 145
Dominus, 160
Donaciones caritativas, 384
Donaldson, 367
Dong, 61
Donnelly, 139, 208, 265, 533
Donnerstein, 316, 317, 319
Donohue, 315
Doob, 68, 413, 500
Dorr, 214
Doubeck, 97
Douglas, 71
Douglass, 499
Douglass, Frederick, 103
Douthitt, 222
Dovidio, 259, 263, 276, 395
Dovidio, John, 405, 444
Downing, Leslie, 231
Downs, 505
Doyle, 147, 493
Draguns, 470
Drake, 258, 262
Dramas familiares, 123
Driskell, 175
Drwecki, 264
Drydakis, 268
Dryer, 358
Dudley, Kimberley, 84
Duffy, 109
Dugan, 188
Duggan, 323
Duke, 304
Dunbar, Robin, 426
Duncan, 286
Dunfield, 387
Dunham, 276
Dunkel, 407
Dunlosky, 65
Dunn, 40, 84, 102, 126, 383, 414
Dunn, Elizabeth, 537
Dunning, 38, 49, 53, 64, 500
Dunning, David, 52, 295
Durante, 354
Durrheim, Kevin, 437
Dutton, 123, 405
Dutton, Donald, 364
Dutton, Keith, 42
Duval, Shelley, 412
Duval, Virginia, 412
Dweck, 47
Dwyer, 402
Dye, 326
Dylko, 237

E

Eagan, 142, 236, 338, 408
Eagly, 96, 140, 142, 143, 145, 146, 259, 350, 408
Eagly, Alice, 139, 150, 189, 206, 266, 267, 389, 408
Easterbrook, 342

Easterlin, 534, 539
Eastwick, 40, 147, 348, 349, 359
Eberhardt, 264, 286, 507
Eberle, 204
Ebert, 39
Ecker, 204
Eckersley, 535
Eckes, 99
Economía
  sexual humana, 147
  social, 382
Economist, The, 512
Echterhoff, 496
Edelman, 263
Edelson, 156
Edge, 31
Educación, 188
Edwards, 138, 197, 316, 367, 508
Efecto(s)
  autocinético, 157
  camaleón, 159
  cognitivos de la exposición a la violencia, 321
  curioso de las deliberaciones, 514
  de acentuación, 235
  de alteración, 219
  de bola de nieve, 251
  de búmeran, 183
  de cambio arriesgado, 234
  de clemencia, 516
  de contacto extendido, 435
  de contraste, 358
  de desinformación, 77
  de facilitación, 60
  social, 219
  de falsa singularidad, 52
  de hacer bien/sentirse bien, 383
  de homogeneidad del exogrupo, 282
  de incubación, 192
  de influencia de las elecciones sobre las preferencias, 112
  de jugar videojuegos violentos, 324
  de la afirmación de valores, 293
  de la angustia, 476
  de la competencia, 428
  de la confidencia, 371
  de la desesperanza, 476
  de la desinformación, 495
  de la dieta en la agresión, 305
  de la exposición a la violencia, 318
  de la justificación insuficiente, 115
  de la letra del nombre, 344
  de la maduración, 78
  de la mera exposición, 344, 347
  de la mera presencia de los demás, 218
  de la persona más triste, pero más sabia, 467
  de la presencia de otros, 221
  de la situación, 81
  de la televisión en el comportamiento, 321
  de la victimización, 291
  de la violencia en los medios, 334
  de las armas, 314
  de las expresiones faciales, 114
  de las mujeres son maravillosas, 266
  de las predisposiciones, 74
  de lentitud de la minoría, 250
  de los medios de comunicación en el comportamiento, 318
  de los medios en la cultura, 327
  de los videojuegos, 323
  de mera exposición, 343
  de novedad, 202
  creado por el olvido, 202
  de nuestros juicios previos, 75
  de nuestros juicios sociales, 87
  de otra raza, 282
  de primacía, 201
  en mensajes consecutivos, 202
  de raza cruzada, 282
  de realimentación postidentificación, 499
  de reciprocidad de confidencia, 371
  de reflector, 28
  de regresión, 72
  de retroalimentación facial, 114
  de sobrejustificación, 115, 118, 417
  del atractivo, 350
  en las entrevistas de empleo, 351
  del calentamiento global, 523
  del cambio climático en el comportamiento humano, 523
  del cambio del atractivo de las personas, 351
  del espectador, 400
  del estrés sobre la memoria, 495
  del falso consenso, 52
  del modelamiento, 415
  del reflector, 473
  del testimonio inadmisible, 508
  del testimonio perjudicial, 507
  indirecto de contacto, 435
  las mujeres son maravillosas, 140
  persuasivo del mensaje, 194
  placebo, 478
  político de "congregarse en torno a la bandera", 441
  prosocial de la religiosidad, 411
  semejanza-agrado, 356
  psicológicos, 165
  secundarios negativos, 72
  sociales de la tecnología, 230
Eficacia
  de las comunicaciones que incitan el miedo, 198
  del castigo, 333
Eficiencia cognitiva, 281
Eficiente procesamiento de información, 72
Efran, Michael, 504
Egoísmo, 382, 395
  en comparación con la empatía altruista, 395
  genético, 391
  implícito, 345
Ehrenreich, 333
Ehrlich, Paul, 128
Ehrlinger, 262
Eibach, 262, 271
Eibach, Richard, 86
Eichmann, Adolf, 165
Eisenberg, 6, 388, 407
Eisenberger, 116
Eiser, 109
Ejemplo(s)
  de polarización de grupo, 514
  de relación cercana, 379
  de trampa social, 422
  sociopsicológicos de la autopersuasión, 102
Ejercicio físico, 364
Elder, 350
Elección(es)
  cooperativas, 427
  individuales que recompensan, 421
  personal, 352
Elementos
  de la vida social, 124
  de su autoconcepto, 31
  de todo apego amoroso, 368
  del amor, 363
  esenciales de las actitudes, 258
Elevación, 403
Elevar
  nivel de razonamiento moral, 334
  nuestra autoestima, 43
  una baja autoestima, 44
Eliminación de emociones desagradables, 360
Elms, 171
Elogios, 360
Elson, 321
Ellemers, 278
Elliot, 117
Elliott, 409
Ellis, 148, 282
Ellison, Patricia, 230
Ellman, Lisa, 515
Ellsworth, 506, 511, 512, 516
Ellsworth, Phoebe, 510, 512
Emerson, Ralph Waldo, 250, 288, 360
Emoción(es), 126, 346, 364
  desagradables, 360
  desenfrenadas, 366
  expresivas, 374
  instantáneas, 4, 346
  internas, 308
  negativas, 124, 359, 384, 542
  nuevas, 197
  positivas, 144, 383, 542
Emocionalidad positiva, 407
Emocionalmente excitados, 74
Emparejamientos físicamente adecuados, 349
Empatía, 62, 144, 196, 393, 395, 407, 433
  induce parcialidad, 396
Empleados más felices y satisfechos, 384
Emswiller, Tim, 405
Encontramos causas donde las buscamos, 85

Encuadrar positivamente las afirmaciones, 334
Encuentros
culturales compartidos, 37
pasajeros de una sola vez, 388
Encuestas de opinión, 249
Endogrupo(s), 276, 277
Enemigo en común, 441
Energía
agresiva, 301, 307
del impulso primitivo de muerte, 301
Enfermedad(es)
física, 460
psicosomáticas, 535
Enfocarse en
el dinero, 535
el otro, 386
señales periféricas, 206
Enfoque
de los actos fortuitos de generosidad, 393
del multiculturalismo en las diferencias, 287
positivo de la vida, 50
Enfriamiento del amor, 366
Eng, 485
Engañar a las personas con una coartada factible, 23
Engaño(s), 23
de los psicólogos sociales, 24
Engemann, 351
Enlace de ánimo, 159
Ennis, 309
Enojo, 43, 324, 385
Enos, 205
Enseñanza de empatía, 333
Enseñar habilidades de comunicación, 334
Entornos incluyentes, 436
Entrelazamiento de autoconceptos, 373
Entrenamiento
de asertividad, 479
en habilidades sociales, 480, 482
Entretenimiento individualizado basado en la internet, 374
Entrevista(s)
cognitiva, 500
de Gallup, 208
Entumecimiento psíquico, 415
Enzle, 71, 509
Epicteto, 119
Epigenética, 130, 149
Epley, 24, 32, 49, 60, 259, 471
Epstein, 215, 366
Epstude, 69
Equidad a corto plazo, 370
Equilibrio entre hablar y escuchar, 193
Equiparación de activos, 350
Equipos
creativos de trabajo, 247
de trabajo con mayor desempeño, 384
Equivocación(es)
en lo que deseamos, 40
sociales, 28
Era de la economía planeada de Mao, 427
Erb, 184
Erber, 279
Erber, Ralph, 93
Erbring, 374
Eren, 506
Erickson, Bonnie, 193
Erikson, Erik, 369
Eriksson, Oskar, 161
Ernst, 247
Eron, 318, 334
Eron, Leonard, 319
Error(es), 93
al juzgar, 12
comunes, 52
con la evidencia, 497
de atribución, 82, 83, 84, 93, 286, 424, 430
de juicio, 92, 461
de percepción, 53
del pensamiento social, 93
en el juicio social, 94
en nuestro procesamiento de información, 53
más común en la predicción del comportamiento, 38
Escala de automonitoreo, 56
Escalada de agresiones, 423
Escalar el conflicto, 423
Escapar de un evento negativo por poco, 70
Escepticismo, 94
del cambio climático, 188
del público acerca del cambio climático, 525
Escépticos ante la autoridad humana, 94
Escobar-Chaves, 322
Escribir sobre traumas personales, 485
Escuchas empáticos, sensibles y reflexivos, 372
Escuela de Negocios de Harvard, 139
Escuelas de supervivencia, 495
Esfuerzo
colectivo, 227
individual, 224
y logro de metas superordinadas, 445
Eshleman, 280
Espacio personal, 133
Espectadores
activos, 402
anónimos en línea, 230
de violencia, 318
intensos, 322
moderados, 322
Espíritu de equipo, 145
Esquem(as), 62
de mayoría de dos tercios, 513
del yo, 31
familiares de enfermedad, 474
Esser, 245
Esses, 263, 281, 505
Estabilidad
emocional, 352
marital, 367
residencial, 425
social, 523
Establecer reglas que normen las conductas deseadas, 428
Estado
de depresión, 312
emocional actual matiza recuerdos, 79
mental de la persona, 81
Estado(s) de ánimo, 72
depresivo, 469, 470
deprimido, 61, 72
es sombrío, 73
negativo, 73, 359, 385
positivo, 197, 359, 386, 387, 542
melancólicos, 460
tristes, 61
Estadounidenses de origen asiático, 44
Estamos nerviosos de parecer nerviosos, 29
Estándares de belleza, 352
Estatus, 278, 408
social, 122
socioeconómico, 486
Estatutos de protección en casos de violación, 507
Estereotipar, 259
Estereotipo(s), 258, 266, 295
acerca de las personas, 91
de género, 265, 290, 295
de la persona rica e insensible, 408
de lo que es bello es bueno, 350
del atractivo físico, 350, 504
exagerados, 436
exogrupales, 278
femenino, 151
masculino, 151
negativos del exogrupo, 430
poderosos, 295
raciales, 292
reflejo, 280
sesgan los juicios, 293
son descriptivos, 265
Estess, 463
Estilo(s)
conversacionales de hombres y mujeres, 143
de apego, 368
de comunicación, 145
de hablar, 192
de liderazgo eficaces, 253
democrático, 252
explicativo negativo, 468
de los depresivos, 472
pesimista de explicación de los sucesos negativos, 477
Estimulación, 328
alimenta las emociones, 313
aversiva, 312
Estimular el pensamiento, 210
Estímulo(s)
ambientales, 149
aversivos, 313
de forma subliminal, 60
novedosos, 343
romántico, 364
sociales, 98
subliminales, 63
Estrategia(s)
de compasión racional, 396
de comunicación no violenta, 451
de control de emociones, 333
de pacificación, 435
de tranquilización, 454
no agresivas de solución de conflictos, 333

reproductiva, 354
Estrés, 43, 477
agrava los problemas de salud, 483
aumenta la producción de proteínas inflamatorias, 477
colectivo, 254
de la amenaza de estereotipo, 293
incontrolable, 477
laboral, 477
magnifica la gravedad de las infecciones respiratorias, 477
marital, 488
psicológico, 160
social, 477
Estructura social, 3
Estructuras familiares, 368
Estudiantes con baja autoestima, 44
Estudiar
conversaciones habladas, 433
textos escritos, 433
Estudio(s)
de interacción social, 90
de la cognición social, 92
de las actitudes, 96
de obediencia de Milgram, 162, 315
de replicación, 23
de simulaciones del mercado accionario, 344
genéticos, 128
hormonales, 128
longitudinal, 44
sobre toma de riesgos, 233
Ética profesional, 161
Etnocentrismo, 271
Etzioni, Amitai, 186, 450, 456
Evacuaciones de refugiados, 132
Evaluación(es)
crítica, 246
intuitivas, 464
prejuiciosas y estereotípicas, 261
Evaluar
a otros con base en estereotipos, 74
nuestra competencia, 53
Evans, 213, 221
Evans, David, 404
Evelo, 501
Evento(s)
aleatorios como confirmación de creencias, 71
biológico, 6
climáticos extremos, 69
contrafáctico negativo, 70
fácilmente imaginados, 69
importante e improbable, 70
inusuales, 71
negativos, 359
positivos, 359
psicológico, 6
Everett, 410
Evidencia
falsificada, 496
inadmisible, 507
presencial, 502
Evitar la
crisis ecológica, 459
la responsabilidad por las malas acciones, 430
Evocar emociones negativas, 198
Evolución acerca del altruismo, 392
Exageración
de la realidad, 259
del elogio, 263
Exagerar informes sobre buenas conductas, 79
Excepciones del grupo, 291
Exceso(s)
de confianza, 64, 454, 511, 518
de exposición, 344
en bebida y alimentos, 340
Excitación, 364
Excitar una emoción, 332
Exclusión, 340
moral, 414
social, 61, 300, 318
Excusa común para la falta de cooperación, 425
Exelmans, 324
Existencia de la cultura, 131
Éxito evolutivo, 390
Exline, 57, 180
Exogrupo(s), 276, 277
Expectativas
ajenas, 43
conductuales para hombres y mujeres, 138
de salir con alguien, 343
elevadas, 89
frustradas, 333
negativas, 90, 435, 470
sociales, 132, 387
Experiencia(s)
activa, 204
anula el análisis, 525
aversiva, 311, 333
de esparcimiento, 540
de flujo, 490
de la adolescencia, 208
de la primera adultez, 208
emocionales, 359
humana, 94
intensas y recientes, 525
laborales, 540
negativas, 44, 470
percibida, 192
positiva, 78
provocan mayor felicidad, 537
religiosas, 231
y confiabilidad percibidas, 192
aversivas
Experiencia(s) grupales, 231
que producen desindividuación, 231
que reducen la conciencia, 231
Experimentamos rechazo, 178
Experimento(s)
autocinéticos del cuarto oscuro de Sherif, 160
de Asch, 161
de ceguera al cambio, 495
de exposición a medios, 320
de facilitación social, 229
de holgazanería social, 229
de la prisión de Stanford, el, 102
de obediencia de Milgram, 499
Kennedy, 455
que implican pensamientos y emociones intensas, 23
sociopsicológicos, 171
Explicación(es)
con base en lo personal, 85
de ciclo de vida, 207
de la holgazanería social, 227
de la violencia, 424
del error de atribución, 85
evolutivas del comportamiento, 128
externas a los actos negativos, 80
generacional, 207
internas a los actos negativos, 80
Explicar el comportamiento en términos situacionales, 424
Explosiones sociales destructivas, 229
Exposición
a estímulos desconocidos, 204
a la internet, 238
a la violencia, 320
a la violencia televisiva, 319
a medios violentos, 319, 321
de los adolescentes a la violencia, 320
genera sentimientos agradables, 345
publicitaria, 204
selectiva, 108
Expresar hostilidad, 332
Expresión de emociones de manera no verbal, 144
Expresiones faciales, 89, 115
Expresividad, 357
Extraversión, 540
Extremismo islámico, 258
Extroversión, 352
Eyal, 259

F

Fabrigar, 197
Facebook, 5, 31, 65, 193
Facilitación, 60
cognitiva, 322
social, 218, 219, 221, 229
Facilitar la comunicación constructiva, 451
Factor de predicción
de la agresión, 319
de la felicidad, 351
de la soledad, 484
de la violencia, 303
del agrado, 342
Factores
ambientales moldean cambios biológicos vitalicios, 150
de personalidad, 180
de predicción para un buen matrimonio, 376
determinantes situacionales, 84
que afectan el altruismo, 408
que afectan la relación entre actitudes y conducta, 97
que conducen a la amistad, 342

que determinan la obediencia, 166
que influyen en la agresión, 333
que influyen en los procesos judiciales, 508
que pronostican un aumento en la agresión, 329
que pronosticaron la satisfacción, 535
que pueden distorsionar los recuerdos, 497
situacionales de la agresión, 303
Facultad de Psicología de Stanford, 102
Fake news, 76, 193, 213
Falacia(s)
de la planificación, 38
de nuestro pensamiento social, 86
de pensamiento, 87
Falbo, 338
Falk, 48
Falkner, 302
Falsa(s)
creencias, 92
modestia, 56
singularidad, 52
Falsedades de la vida real, 24
Falso
consenso, 52, 93
equilibrio periodístico, 526
Falta de
capacidad, 81
confianza, 538
conformidad, 250
ejercicio, 474
motivación, 81
sueño, 303
valía social, 472
Falla(s)
carente de emociones, 53
en el autocontrol, 57
lógicas en el juicio, 93
Familiaridad engendra la compasión, 405
Fanfarroneo humilde, 56
Fantasía(s), 63
agresiva, 332
Farb, 31
Farquhar, 205
Farris, 80
Farwell, 85
Fatiga
de la compasión, 396, 401
del viaje, 221
Fatouros, 169
Faulkner, 127, 227
Favoritismo endogrupal, 278
Favoritismo generalizado, 263
Fay, 312
Faye, 24
Fazio, 98, 101, 118
Fazio, Russell, 463
Feather, 8
Feeney, 368, 371
Fein, 279, 294
Feinberg, 199, 222
Feingold, 349, 350, 352, 505, 506
Feldman, 288
Feldman, Marcus, 128
Feldman, Robert, 89, 144
Felicidad, 359, 542
ayuda al comportamiento de ayuda, 490
es contagiosa, 469
interna bruta, 541
Felicio, 293
Felson, 301
feministas, 9
Fenigstein, 473
Fenigstein, Allan, 168
Fennis, 180
Fenómeno(s)
autocinético, 157
colectivos, 328
de actitudes como consecuencia de la conducta, 104
de agrado por asociación, 361
de agresión desplazada, 275
de confirmación conductual, 91
de correlación ilusoria, 71
de desagrado por asociación, 361
de emparejamiento, 349
de exceso de confianza, 64
de la agresión desplazada, 307
de la amenaza de estereotipo, 291
de la atribución errónea, 91
de la comparación social, 539
de la confianza excesiva, 494
de la falsa modestia, 56
de la sobrejustificación, 417
de perseverancia de las creencias, 76
de realismo depresivo, 467
de rivalidad convertida en unidad, 444
de sentirse mal/hacer el bien, 385
de sesgo de confirmación, 65
de siempre lo supe, 12, 13
del cambio arriesgado, 233
del egoísmo implícito, 345
del mundo justo, 288
del nivel de adaptación, 536, 539
del pie en la puerta, 199
del "rostrismo", 274
estadístico de regresión a la media, 71
grupales, 255
perceptual, 537
Fenómeno(s) social(es), 364, 461
alimentados por imperativos morales, 328
Ferguson, 321, 376
Ferguson, Christopher, 326
Fernbach, 65
Ferriday, 45
Ferriman, 143
Ferris, 266
Fertilidad en las mujeres, 126
Feshbach, 214, 215
Festinger, 31, 210
Festinger, Leon, 96, 108, 112, 229, 239
Feygina, 526
Feynman, Richard, 117
Ficción china, 123
Ficks, 304
Fichter, 272
Fiebre de lujos, 537
Fiedler, 252
Filipovic, Jill, 302
Fincham, 44, 80, 105
Fincher, 354
Finchilescu, 322
Fingerhut, 75, 147, 488
Fingir consistencia, 108
Finkel, 57, 348, 357, 378, 388
Finkel, Eli, 374, 376
Finkenauer, Catrin, 359
Fischer, 50, 109, 144, 322, 364, 398, 400, 523, 534, 540
Fischhoff, 12, 66, 67
Fishbach, 207
Fishbein, Martin, 99
Fisher, 138, 147, 349, 363, 365, 388, 500
Fisher, Roger, 166
Fisher, Ronald, 498
Fiske, 8, 24, 124, 171, 263, 264, 270, 283, 537
Fiske, Susan, 8, 93, 168, 266, 270, 296, 297
Fitzgerald, 494
Fitzpatrick, 378
Fitzsimmons, 388
Fitzsimons, 99
Flay, 213
Fletcher, 287, 338, 347, 361, 370
Fletcher, Garth, 73
Flores, 268
Flowe, 501
Fluctuaciones del clima, 523
Flujo, 540
flujo de comunicación en dos pasos, 205
Foa, 382
Focos ahorradores de energía, 528
Fomentar el trabajo en equipo, 252
Fontes, 508
Ford, 261, 273
Forgas, 72, 73, 197, 467
Forgas, Joseph P., 73, 386
Form, 391
Forma(s)
colectiva de reducción de la disonancia, 242
comunes de prejuicio, 261
de elevar el altruismo, 418
de estimular el pensamiento, 210
de lidiar con una relación deteriorada, 378
de modificar las fuentes humanas de cambio climático, 523
de parecer creíble, 192
de violencia, 334
del atractivo, 194
en que los valores inciden en la psicología, 8
en que se presenta el sesgo en beneficio propio, 52
institucionalizadas de aliviar la culpa, 385
más sutil de interés propio, 387
menos violentas de agresión, 146
no agresivas de expresar sentimientos, 333
Formación de
actitudes, 118
estereotipos raciales, 285

imágenes distorsionadas, 431
opiniones prematuras, 510
tribus digitales, 375
Formar imágenes distorsionadas, 434
Formulación, 17
Forrester, 44
Forster, 293
Forsyth, 42, 478
Fortaleza
de las normas, 134
del llamado persuasivo, 190
Foss, 412
Foster, 364, 376
Fothergill, 221
Fotografías de
los perfiles en Facebook, 35
relleno, 500
Fournier, 262
Fowler, 159, 205
Fracasar por poco, 70
Fracasos del pasado, 48
Fragilidad de la vida, 338
Fragmentación social, 237
Fraley, 271
Franca arrogancia, 46
Francesconi, 351
Frank, 275, 405
Franklin, Benjamin, 105, 499
Franzoi, 471
Fraseo
de las preguntas, 16
preciso de las preguntas, 17
sesgado, 260
Fraser, 199
Frasure-Smith, 476
Frederick, 354
Freedman, 199, 210
Freedman, Jonathan, 105, 221
French, 49
Frenda, 496
Freud, Sigmund, 301
Freund, 51
Frey, 312
Frey, Bruno, 408
Friebel, 141
Friedman, 58, 358
Friedman, Thomas, 307
Friedmeier, 144
Friedrich, Lynette, 416
Frieze, Irene Hanson, 352
Frijters, 263
Frimer, 65, 407
Frisell, 304
Froming, 100
Frontera del narcisismo, 45
Frustracion(es), 275, 301, 306, 312, 328
Fry, Art, 251
Fryer, 263
Fuente(s)
creíble, 194
de autoestima e identidad social, 489
de energía alternativa, 539
de frustración, 275, 308
de ideas creativas, 94
del prejuicio, 269
externas de la autoestima, 43
internas de la autoestima, 43
Fuerza(s)
de lo malo, 359
de los sucesos individuales negativos, 359
internas, 6
persuasivas, 250
situacionales, 286
sociales, 6, 171
Fulgoni, 76, 203
Fulton, Robert, 250
Fultz, 395
Fuller, 245, 303
Fumento, 160
Función de las hipótesis, 15
Funciones cognitivas habituales, 63
Fundamentos biológicos de la conducta, 6
Funder, 83
Funder, David, 93
Furnham, 85, 267, 288
Fürst, 180
Futuro digital, 238

G

Gabbiadini, 325
Gable, 371
Gabrenya, 227
Gabriel, 141, 338
Gaebelein, 328
Gaertner, 36, 48, 263, 278, 290
Gaertner, Samuel, 405, 444
Gaillot, 57
Gaissmaier, 93
Gal, 108
Galak, 17
Galak, Jeff, 175
Galbraith, John Kenneth, 534
Galileo, 250
Galinsky, 50, 71
Gallagher, 198
Gallo, 486
Gallo, Lisa, 539
Gallup, 109, 129, 268, 272, 354
Ganar dinero, 359
Ganarnos la vida, 534
Gangestad, 56, 354
Garb, 466
Garcia, 349
Garcia-Marques, 346
Gardner, 141, 373, 472, 541
Garneau, 368
Garner, Randy, 418
Garrett, 494, 497
Garry, 496
Garver-Apgar, 358
Gas metano, 521
Gases de efecto invernadero, 188, 521, 527, 543
Gates, 67, 219, 285
Gates, Bill, 409
Gati, 143
Gaucher, 260
Gaunt, 356
Gavanski, 40
Gavzer, 511
Gawande, 49
Gawronski, 41
Gayoso, 511
Gazzaniga, Michael, 63, 102
Gearhart, 127
Gebauer, 43
Geen, 321
Geen, Russell, 320
Gelfand, 134
Gelman, 208
Geller, 171
Gelles, 310
Gemelos, 303, 391
Gen(es)
asociados con la actividad de la vasopresina, 367
de la violencia, 304
egoísta, el, 390
guerrero, 304
que predisponen a los individuos al autosacrificio, 390
vinculado con la agresión, 304
Generación Silenciosa, 208
Género, 124
fluido, 125
no binario, 125
Generosidad, 393
pública, 383
Genocidio, 298, 334, 414
Gente
ávida de aprobación, 43
que abandona sus tierras, viviendas y trabajo, 523
que se siente culpable ayuda más, 413
Gentile, 319, 320, 321, 323, 324, 416
Gentile, Douglas, 327
Gentzkow, 236
Geografía del pensamiento, La, 35
George, 408
Gerard, 173, 176
Gerard, Harold, 177
Gerbasi, 512
Gerber, 537
Gerbner, George, 322
Gergen, 418
Gernstein, 408
Gershoff, 310
Gerstenfeld, 237
Gesch, Bernard, 305
Gestión
autoritaria, 111
de riesgos, 527
del terror, 279
Gesto conciliador, 456
Geyer, Anne, 161
Ghitza, 208
Ghumman, 281
Giancola, 304
Gibbons, 100, 385
Gibson, 165
Gifford, 525
Gifford, Robert, 285
Gigerenzer, 4, 62, 63, 69, 93
Gigone, 239
Gilbert, 31, 39, 81, 82, 281, 343, 536, 539
Gilbert, Daniel, 40, 212
Gildersleeve, 127
Gilovich, 28, 48, 65, 69, 70, 71, 537
Gilovich, Thomas, 29, 50, 86, 399
Gilsdorf, 331
Giltay, 477
Gillath, 369
Gillham, 480
Gilligan, 141
Gino, 175
Gladwell, 13
Glasman, 101
Glass, 72, 104
Gleason, 383
Glick, 146
Glick, Peter, 266, 270
Gluszek, 276
Gnambs, 46
Gockel, 228
Goel, 52
Goethals, 52

Goetz, 389
Goldberg, 85
Goldenberg, 73
Golding, Willian, 230
Goldman, 260, 352
Goldstein, 282, 332, 334
Goldstein, Arnold, 328
Golec de Zavala, 146
Golomb, 305
Golub, 269
Gómez, 276
Gonsalkorale, 340
Gonsalves, 496
Gonzaga, 356, 363
Goode, 502
Goodhart, 51
Goodman-Delahunty, 511
Goodsell, 501
Google, 248
Google Books Viewer, 33
Gordijn, 513
Gordon, 360, 372
Gorman, 388
Gorrese, 141
Gosling, 40
Gosselin, 46
Gotlib, 469
Gotlib, Ian, 451
Gottlieb, 402
Gottlieb, Jody, 412
Gottman, John, 378
Gough, 473
Gouldner, 387
Gove, 488
Govern, John, 230
Grabadoras digitales de video, 318
Grado de la desigualdad de ingresos, 539
Graham, 259, 300
Grajek, 368
Gramlich, 204
Gramzow, 44
Granberg, 174
Granstrom, 245
Grant, 193, 268
Grant, Adam, 409
Granville, Joseph, 88
Grasas trans, 305
Gray, 48
Graziano, 325
Greeley, 106, 372
Green, 85, 264, 351, 411
Green, Charles, 445
Greenaway, 275, 276
Greenberg, 54, 279, 358
Greenberg, Jeff, 43
Greene, 115, 496
Greenen, 383
Greenfield, 34
Greenlees, 228
Greenwald, 62, 63, 98, 117, 260, 263, 278
Greenwald, Anthony, 79, 264, 265
Greitemeyer, 109, 259, 308, 322, 326, 327, 334, 416
Greitemeyer, Tobias, 325
Grewal, 344
Griffitt, 146, 180
Griffitt, William, 312
Griggs, 102, 161
Grinshteyn, 314
Griskevicius, 302
GRIT, 454
Groenenboom, 228
Grofman, 516
Gronlund, 501
Gross, 80, 282, 299, 385
Gross, Alan, 355
Gross, Paget, 295
Grossman, 187
Grossmann, 33
Grote, Nancy, 371
Grove, 48
Grube, 279
Gruder, 32
Gruman, 288
Grunberger, Richard, 106
Grupo(s)
  cohesivos, 175, 242
  control, 501
  de altruistas, 392
  de autoayuda, 233, 479
  de no altruistas, 392
  de referencia, 239
  desaventajados, 287
  étnico(s), 131, 175
  formales, 217
  informales, 217
  magnifican las tendencias agresivas, 328
  mínimo, 218
  pequeños, 233, 425
  representativo, 16
  sociales, 471
  virtuales en la internet, 237
Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático, 188
Grusec, 403
Grzyb, 169
Guadagno, 199
Guardianes de la mente, 244
Guéguen, 201
Guenther, 508
Guerin, 49, 220
Guerras, 334, 523
Guía Eyewitness Evidence, 499
Guimond, 270
Guiness, Os, 376
Guiones sociales, 322
Gunter, 288
Gupta, 267, 366
Gusto por las personas conocidas, 346
Gutierres, Sara, 355
Gutmann, 128

H

Haas, 269
Habashi, 407
Haberman, 397
Habilidades
  de comunicación, 334
  de inspiración y sociales, 145
  de pensamiento crítico, 26
  de solución de problemas, 333
  sociales, 352, 383
Hábito(s)
  arraigados, 97
  de pensamiento positivo, 540
  del prejuicio, 280
Habituación en el cerebro, 325
Hablar de manera confiada y fluida, 192
Hacer favores engendra agrado, 105
Hacker, Helen Mayer, 270
Hackman, 228
Hadden, 272
Haddock, 140, 210
Haddock, Geoffrey, 266
Haddon, 319
Haeffel, 468
Haemmerlie, Frances, 480
Hafer, 288
Hagerty, 539
Hagtvet, 20
Haidt, 403
Haidt, Jonathan, 8, 30
Haines, 178, 265
Haining, Jane, 381
Hains, 245
Halberstadt, Amy, 144
Halberstadt, Jamin, 354
Hald, 316
Haldane, J. B. S., 391
Halevy, 254
Halford, 350
Halko, 146
Halverson, 510
Hall, 56, 79, 116, 143, 144, 272, 293, 321, 510, 537
Hall, Judith, 144
Hamamura, 48
Hamermesh, Daniel, 352
Hamilton, 71
Hamilton, David, 285
Hamm, 167
Hammond, 295
Hampson, 407
Hampton, 244
Hancock, 56
Haney, 102, 510, 512
Haney, Craig, 507, 512
Hanoch, 271
Hans, 369, 513
Hansen, 346, 410
Harbaugh, 383
Harber, Kent, 263
Hardin, Garrett, 423
Hardy, 225, 383
Harel, 299
Haritos, 169
Harkins, 210, 225, 226, 227
Harkins, Stephen, 224
Harkness, 467
Harley, 522
Harmon, 118
Harmon-Jones, 305
Harmon-Jones, Eddie, 345
Harris, 89, 136, 146, 264, 312, 369
Harris, Judith Rich, 134, 140
Harris, Victor, 82
Harrison, 344
Hart, 109, 263
Hartfield, 115
Hartl, 358
Harton, 175
Harvey, 472
Harvey, John, 379
Hasan, 324
Haselton, 51, 127, 354
Haslam, 2, 81, 103, 167, 238, 242, 253, 276
Haslam, Nick, 278
Hass, 263
Hasselhoff, David, 52
Hastie, 145, 239, 245, 504, 510, 513, 514
Hastie, Reid, 511, 517
Hatcher, 161
Hatfield, 146, 363, 366, 367, 369, 370
Hatfield, Elaine, 348, 361
Hatzenbuehler, 269
Hatzfeld, 328
Haugtvedt, 202
Hauser, 24, 123
Hausmann, 103
Havas, 114

Havel, Vaclav, 539
Hawkins, 56, 509
Hawkley, 340
Hayward, 410
Hazan, 377
Hazan, Cindy, 368, 369
Headey, 49
Hearold, Susan, 416
Heath, 184
Hebl, 273
Hecato, 360
Hechos, 15, 204
Hedge, 392
Heesacker, Martin, 482
Hegarty, Peter, 145
Hehman, 258, 356
Heider, 81
Heine, 33, 36, 48, 232, 287
Heine, Steve, 38
Heinz, 304
Helweg, 143
Helzer, 38
Helliwell, 539
Hellman, 381
Hemenway, 31, 305, 314
Hemisferio derecho cerebral, 31
Henderson, 471, 523
Henderson, Monika, 136
Henderson-King, 284
Hendrick, 365, 372
Hennenlotter, 114
Hennigan, Karen, 308
Henrich, 25
Henry, 25, 310
Henslin, 71
Hepach, 394
Hepper, 369
Hepworth, 275
Herbener, 356
Herbenick, 285
Herencia
  biológica, 149
  cultural de una sociedad, 131
  étnica, 448
  evolutiva, 128
Herman, 220
Hernandez, 177, 317
Hernandez, Ivan, 66
Herring, 60
Hershberger, 391
Hershey, 289
Hertel, 113
Hertwig, 249
Hertz, 101
Herzog, 249
Heuer, 259
Heurística(s), 4, 66
  de la disponibilidad, 67, 68, 69, 525, 527
  de la representatividad, 67
  imperfectas, 93
Hewstone, 80, 282, 290
Hewstone, Miles, 287
Heyman, 260
Hideg, 266
Higgins, 469
Higgins, Tory, 103
Highfield, 390
Hilgard, 324
Hilton, 294
Hillery, Joseph, 220
Hines, 127
Hinkle, 277
Hinsz, 239, 247, 330
Hipocampo, 346
Hipocresía moral, 96, 100
Hipótesis, 15
  de la catarsis, 326, 332
  de la polarización grupal, 234
Hirschman, 213
Hirsh, 199
Hirt, Edward, 469
Histeria colectiva, 159, 160
Historias noticiosas, 188
Hitler, 44
Hitler, Adolf, 65, 244
Hitsch, 350
Hixon, 281
Ho, 270, 357
Hobbes Thomas, 301
Hobden, 111
Hodges, Bert, 161
Hoffman, 40, 274, 394
Hofling, 167
Hofmann, 361
Hofmeister, 527
Hogan, 253
Hogares estables biparentales, 376
Hogeveen, 408
Hogg, 239, 245, 254, 276
Hogg, Micael, 276
Holgazanería social, 218, 224, 226, 227, 229, 244
Holmberg, Diane, 78
Holmes, 78, 360, 371
Holmes, Sherlock, 186
Holoien, 270
Holtgraves, 35
Holt-Lunstad, 471, 483
Holtzworth, 80
Holland, 118
Holland, Rob, 61
Hollander, 165, 178
Hombre(s)
  casados y fieles, 369
  embarazado, 125
  encarcelados por delitos violentos, 44
  ofrecen riqueza o estatus, 350
  prefieren atractivo físico, 354
  se enamoran con más facilidad, 365
Homicidios, 333
Honestidad, 360
Hong, 193
Honigman, 351
Hoorens, 49, 50, 344
Hoover, 412
Hooykaas, 94
Hormonas, 7, 127
  de estrés, 369, 476, 495
  facilitadoras de la pasión, 366
Hormuth, 54
Horne, 197
Horner, 176, 394
Hornstein, 302
Horowitz, 358, 368
Horry, 282, 494, 500, 501
Hortensius, 408
Horton, 356
Horwitz, 488
Hostigamiento grupal, 328
Hostilidad, 80, 272, 278, 324, 342, 428
Hostinar, 484
Houghton, 522, 523
Houghton, John, 520
House, 253
Houston, 350
Hovland, 197, 275
Howard, 147, 189, 315
Howell, 533, 537
Hoyle, 357
Hsiang, 524
Hsu, 350
Huang, 32, 35, 178, 204, 358
Huart, 290
Huddy, 282
Huellas ecológicas, 539
Huesmann, 21, 303, 320, 321, 334
Huesmann, Rowell, 319
Huff, 24
Hüffmeier, 228
Hugenberg, 264
Hull, 103, 232, 473
Humanización de los otros, 438
Humanizar a las mascotas, 104
Humanos, 339
  causan el calentamiento global, 525
Humildad hipócrita, 46
Humildes ante la naturaleza, 94
Humo del tabaco, 312
Humorismo, 197
Hunnius, 159
Hunt, 139, 144, 268, 349, 472
Hunt, Peter, 220
Hur, 70
Hurst, 532
Husband, 219
Hussak, 289
Hussein, Saddam, 109, 307, 433
Huston, 365
Huston, Ted, 378
Hutson, 511
Huxhold, 471
Huxley, Thomas H., 220
Hvistendahl, 267
Hwang, 210
Hyde, 125, 140, 147, 268
Hyers, 170
Hyman, 261

I

Ickes, 85, 232
Ickes, William, 290
Ideal(es)
  de la diversidad dentro de la unidad, 450
  del multiculturalismo, 449
  del pensamiento crítico, 512
  positivos de la propia pareja, 90
Ideas
  creativas, 94
  implantadas, 61
Identidad
  bicultural, 448
  colectiva, 36
  comunitaria, 425
  contenida dentro de uno mismo, 32
  del yo, 328
  en las pandillas, 443
  endogrupal, 278
  futuras, 85
  grupal, 242, 328, 426, 428
  individual positiva, 443
  pasadas, 84
  personal, 36, 276
  social(es), 8, 218, 276, 377, 443, 448, 529
  en una pandilla, 328
  subgrupal, 448

superordinada como familia, 448
Identificación
con el grupo, 449
endogrupal, 279
errónea por parte de testigos confiados, 492
grupal, 443
veloz y confiada, 494
Identificados con el éxito del grupo, 425
Idiomas promueven las atribuciones externas, 85
Iglesia Ortodoxa Rusa, 129
Ignorado en redes sociales, 340
Ignorancia
de la propia incompetencia, 64
de nuestra ignorancia, 64
pluralista, 239, 399, 438
Ignorar la evidencia inadmisible, 507
Igualdad, 188
racial, 263
Iizuka, Yuichi, 135
Iliada, La, 33
Ilies, 385
Ilusión, 86
de control, 71, 467
de invulnerabilidad, 242
de los jugadores, 71
de transparencia, 28, 399, 438
de unanimidad, 244, 251
en el juicio social, 94
perceptuales, 92, 281
positivas, 468
visuales, 63
Imagen(es)
en espejo, 431, 434
implantadas, 61
negativas del exogrupo, 429
pública positiva, 385
que estamos acostumbrados a ver, 346
social(es), 179, 210
Imaginar un desenlace alternativo, 69, 70
Imai, 48
Imber, Lois, 283
Imhoff, 52, 184, 288
Imitación
como semejanza conductual, 356
natural, 356
sutil, 356
Impacto
de los sucesos negativos, 40
emocional de los sucesos importantes, 539
en la felicidad, 40
Implicit association test (IAT). Véase Test de asociación implícita
Importancia
de la comunicación, 426
de la representatividad, 16
de las redes sociales personales, 487
de lo malo, 359
del atractivo físico en las citas, 348
Impresiones, 4
erróneas, 83
Impuesto a las emisiones de carbono, 527
Impulso(s)
autodestructivo, 301
de la distracción, 222
de supervivencia, 367
primitivo de muerte, 301
sexuales, 147
Inacción del espectador, 397, 401
Inactividad depresiva, 469
Inbar, 8
Incapacidad para
predecir las propias acciones, 401
retribuir recibe castigo, 391
Incentivación de automóviles pequeños, 529
Incentivos, 528
Incidencia de los valores ocultos, 10
Incidentes aversivos, 311
Inclinación a actuar, 258
Inclusión moral, 414
Incomodidad del calor, 312
Incompatibilidad percibida de acciones o metas, 430
Incompetencia alimenta el exceso de confianza, 64
Incrementar
la eficiencia tecnológica, 528
los conflictos intergrupales, 524
Incremento en eventos climáticos extremos, 522
Inculpación expiatoria, 275
Independencia, 3
Indicador del estatus social, 539
Indicadores de bienestar, 542
Indiferencia a las injusticias sociales, 288
Individualidad, 184
Individualismo, 32, 33, 186, 424, 457
Individualismo-colectivismo, 33
Individualistas
económicos, 33
morales, 33
occidentales, 36
Individuo(s)
autosuficiente, 33
con un exceso de confianza, 65
crónicamente solitarios, 472
patrióticos, 276
socialmente aislados, 483
socialmente dominantes e influyentes, 254
tímidos y cohibidos, 473
Indo-Asian News Service, 318
Inducción
del estado de ánimo, 386
religiosa, 409
Inducir
a la gente a enfocarse en sus convicciones, 100
el pensamiento positivo, 197
un compromiso positivo tentativo, 418
Industrias informáticas, 33
Ineficacia del grupo, 225
Inequidad(es)
de género, 260
en roles de género, 139
grupal, 145
marital, 371
Infelizmente casados, 376
Inferencia de rasgos, 81
Inferencias sobre las actitudes de otras personas, 113
Inferir que uno es una persona que ayuda, 418
Inflación de la imaginación, 496
Inflamación de las arterias relacionada con el estrés, 476
Influencia(es)
ambientales compartidas, 134
biológicas, 6, 150, 301
bioquímicas de la agresión, 304
de fuerzas malignas, 171
de la cultura en el error de atribución, 85
de la mayoría, 251
de la minoría, 218, 250, 251
de la socialización familiar, 271
de la televisión, 206
de las normas culturales, 208
de los medios, 205
de los pares, 134
de los valores humanos en la psicología social, 10
de nuestro entorno social, 81
de un hogar compartido, 134
de un líder carismático, 427
del contexto, 405
del lugar donde vivimos, 345
en la agresión, 302, 303, 311
genéticas, 134, 303
grupal(es), 17, 217
hormonales de la agresión, 305
informativa, 399, 177, 179, 239, 241, 514
internas en la decisión de ayudar, 407
interpersonal, 168
minoritaria, 250, 251
neurales de la agresión, 302
normativa, 177, 179, 239, 516
personal, 205, 412
potencialmente predisponentes, 16
psicoterapéutica, 482
que la sala de justicia tiene sobre el jurado promedio, 509
situacionales, 99
sobre el pensamiento cotidiano, 70
sobre la atracción, 361
sobre las personas, 82
Influencias externas, 82, 169
en la decisión de ayudar, 407
superan las convicciones internas, 169
Influencia(s) social(es), 6, 7, 97, 155, 179, 250, 482
cotidiana, 156
en grupos que interactúan, 218
Influyentes, 205
Información
a nivel consciente, 93
contradictoria, 66, 109

de apoyo, 109
de tasa base, 294
emotiva, 508
engañosa, 77
general, 294
negativa, 359
presentada antes es más persuasiva, 201
social, 63, 93
trivial, 294
valiosa, 237
Informes
falsos, 496
subjetivos personales, 41
Infrahumanización, 278
Ingham, Alan, 224
Inglehart, 379, 488
Inglehart, Ronald, 131
Ingredientes
del conflicto, 421
psicológicos de la felicidad marital, 379
Inhibiciones normales, 229
Inhibir la represalia directa, 307
Inhumanidad de la humanidad, 334
Iniciadores de modas, 205
Iniciativa, 44
individual, 251
Injusticia(s)
percibida, 429, 434, 538
sociales, 288
Inkster, James, 112
Inmigrantes ilegales, 258
Inmunes al infortunio, 51
Innis, 198
Innovación(es), 131
tecnológicas, 539
Inoculación de actitudes, 212
Insatisfacción(es), 538
dolorosas, 378
laboral, 48
Inseguridades, 270
Insensibilidad
emocional, 322
moral, 104
Insko, 358
Instituciones sociales, 274
Insuficiencia de críticas, 263
Insultos, 300, 328
Integración yo-otro, 373
Inteligencia, 131
Intenciones conscientes, 100
Interacción(es), 342, 343
cohibidas, 284
con un grupo, 330
de la persona y la situación, 408
de lo biológico y lo cultural, 150
entre el sentido del yo y nuestros mundos sociales, 28
entre intuición y comprobación rigurosa, 94
entre las investigaciones de laboratorio y la vida del día a día, 24
entre los individuos y la sociedad, 35
entre personas desconocidas, 346
grupal(es), 232, 233, 235
humana(s), 382
virtual, 196
interracial, 106
mínima, 218
negativas, 378
positivas, 378
social, 90
frente a frente, 472
Intercambio
de beneficios, 370
equitativo de recompensas, 370
mutuo de ventajas y favores personales, 361
social, 392
Interdependencia
económica, 445
humana, 529
Interés(es)
colectivo, 527
individual, 421
inmediatos del individuo, 425
recíproco, 350
y valores compartidos, 374
Interés propio, 387, 527
afecta nuestro juicio social, 30
de naturaleza genética, 391
individual, 392
International Council of Psychologists, 306
Internet, 373, 374
Interpretación
científica, 10
de rol, 102, 103, 182
de una urgencia, 418
Interpretar la situaciones, 412
Interrogatorios
intensos y antagónicos, 495
sugestivos, 496
Intimidad
artificial, 374
de la amistad, 365
Intolerancia
de las personas, 428
por la debilidad, 271
Intuición(es), 60, 63, 92, 94
deficiente, 93
humana, 464
ilusoria, 63
instantáneas, 4
social(es), 5, 94
Inundaciones, 523
Invasión del espacio personal, 134
Invasiones de tierras, 524
Inversión
de roles, 182
según la tendencia del mercado, 88
Investigación(es)
correlacional, 18
de campo, 18
de formulación, 18
de laboratorio, 18
del aprendizaje cooperativo, 447
en psicología social cognitiva, 92
experimental, 18
psicológica, 41
Investigadores de la atribución, 81
Inzlicht, 291
Ira del conductor, 307
Ireland, 115, 159
Irvine, 84
Isen, 72, 387
Isen, Alice, 386
Iso-Ahola, Seppo, 183
Isozaki, Mititoshi, 234
ISR Newsletter, 106
Ito, 304
Ivy League, 4
Iyengar, 237

J

Jäckle, 268
Jackman, 261
Jackson, 103, 226, 287, 350
Jackson, Michael, 416
Jacobi, 143
Jacobs, Robert, 157
Jacobson, 80, 167, 299
Jacobson, Lenore, 89
Jacoby, 358
Jaffe, Yoram, 328
James, 268
James, William, 114, 115, 119, 272
Jamieson, David, 90
Jamrozik, 350
Janda, 351
Janes, 178
Jang, 150
Janis, Irving, 241, 433
Jankowiak, 364
Janoff, Dean, 481
Jaremka, 377, 471
Jason, Leonard, 412
Jefferson, Thomas, 9, 254
Jeffery, 481
Jelalian, 77
Jellison, 85
Jemmott, 477
Jenkins, Herbert, 70
Jensen, 198, 268
Jeong, 210
Jerarquías de estatus, 138
Jetten, 175
Jiang, 374
Job, 57
Jobs, Steve, 247
Joel, Samantha, 357
Johnson, 18, 65, 73, 198, 218, 272, 320, 321, 355, 383, 469, 494, 512, 533
Johnson, David, 452
Johnson, John, 103
Johnson, Lyndon, 109, 242
Johnson, Robert, 231
Johnson, Roger, 452
Johnston, 213
Joiner, 469
Joinson, 374
Joly-Mascheroni, 158
Jonas, 340
Jonason, 370
Jones, 25, 45, 54, 81, 82, 84, 104, 118, 190, 237, 268, 272, 345, 360, 368, 376, 395, 472, 479, 506
Jones, Edward, 82
Jones, James, 357
Jones, Jim, 209
Jones, John, 345
Jones, Marc, 221
Jong-un, Kim, 433
Josephson, 321
Jost, 43, 289
Jouffre, 83
Jourard, Sidney, 372
Jóvenes atractivos, 352
Judd, 264
Juego(s)
agresivo, 332
comunitario, 427
de no suma cero, 425
en línea, 204, 214

entre niñas, 141
entre niños, 141
Jugar videojuegos violentos, 324
Jugert, 180
Juicio(s)
a posteriori, 461
apresurados, 62, 74, 191
clínicos, 461
conscientes, 346
de culpabilidad y castigo, 509
de la gente, 80
de las personas sobre el trabajo, 295
de los demás, 75
de valor, 9
ocultos en el lenguaje psicológico, 10
eficiente, 92
grupales, 516
inmediatos, 5
intuitivos, 525
perceptuales, 160
preconcebidos, 290
previos, 75
retrospectivos, 63
social(es), 61, 72, 79, 94, 461
superficiales, 195
Jules, 494
Jurados
malinterpretan las instrucciones judiciales, 510
predispuestos, 512
prejuiciados, 508
tendientes a condenar, 512
Jussim, 75, 89, 90, 285
Jussim, Lee, 9, 88, 93, 259, 293
Justicia, 429
económica, 543
Justificación
de la conducta, 115
del comportamiento cruel, 104
del sistema, 436
extrínseca, 417
insuficiente, 110
para impulsar una buena acción, 417
Juvonen, 300
Juzgan a los demás según su apariencia, 351

K

Kagan, 8, 303
Kagehiro, 510
Kahan, 4, 109, 192, 526
Kahle, 99
Kahlor, 316
Kahneman, 39, 53, 70, 71, 344, 533
Kahneman, Daniel, 4, 40, 60, 64, 67, 247, 432
Kaiser, 271
Kalenkoski, 138
Kalick, Michael, 351
Kalton, 17
Kalven, 504, 513
Kalla, 280
Kambara, 313
Kameda, 250
Kaminski, 193
Kammer, 85
Kamphuis, 303
Kan, Gengis, 126
Kanagawa, 33
Kanazawa, 350
Kandel, 358
Kang, 214
Kanten, 50
Kaplan, 241, 281, 506, 507
Kaplan, Martin, 517
Kaprio, 485
Karasawa, 344
Karau, 225, 227
Karlin, 529
Karna, 329
Karney, 360, 372, 378
Karpen, 98
Karremans, 354
Kasen, 128
Kashima, 2, 33
Kashy, 472
Kasser, 532, 536
Kasser, Tim, 529, 535
Kassin, 90, 497, 508
Katz, 143, 402, 412, 469
Katz, Elihu, 205
Katzen, 299
Katzev, 177
Katzev, Richard, 413
Katz-Wise, 268
Kaufman, 310
Kawachi, 486
Kawakami, 96, 170, 260, 282
Kay, 259, 271, 289, 526
Keating, 210
Keating, Jessica, 235
Keeter, 17
Keith, Patricia, 371
Kelman, Herbert, 453
Keller, 293
Kellerman, Joan, 378
Kellermann, 315
Kelley, 90, 282, 309, 346, 485
Kendrick, 41
Kennedy, 65
Kennedy, John, 242, 178
Kenny, 357, 358
Kenrick, 126, 312, 355, 357, 367
Kenworthy, 251
Kenyon, 273
Kepes, 324
Kernahan, 146
Kerr, 176, 226, 227, 509, 513, 514, 517, 524
Kerr, Norbert, 517
Kesebir, 31, 539
Keynes, John Maynard, 88
Kiatpongsan, 538
Kiecolt-Glaser, 477
Kierkegaard, Søren, 12
Kight, 364
Kihlstrome, 31
Kilburn, John, 326
Kilduff, 254
Kiley, 236
Kille, 61
Kim, 33, 35, 159, 487, 504
Kimbro, William, 180
Kimmel, 24
Kinder, 75
King, 485
King, Larry L., 359
King, Martin Luther, Jr., 250
Kingdon, 48
Kingston, 317
Kinias, 133
Kinnier, 70
Kinzler, 276
Kipling, Rudyard, 132
Kirshenbaum, 500
Kitamoto, Frank, 253
Kitayama, 34, 35, 85, 155, 344
Kitayama, Shinobu, 37
Kite, 138
Kitt, 308
Klaas, 103
Klauer, 264
Kleck, Robert, 284
Klein, 23, 49, 56, 269, 343, 383
Kleinfield, 323
Kleinke, 167
Klentz, 355
Kline, 36
Klinesmith, 305
Klinger, Mark, 63
Klopfer, 219
Knewtson, 344
Kniffin, 355
Knight, 43, 146, 343
Knowles, 185, 472
Knox, Robert, 112
Koehler, 66, 526
Koenig, 145, 207, 259
Koestner, 350
Kogut, 396
Koladny, Anatoly, 23
Kolata, 502
Kolivas, 80
Konrad, 143
Konrath, 46, 274
Koo, Minkyung, 540
Koole, 338, 345
Koomen, Willem, 132
Koop, 317
Koppel, 143
Korde, 247
Koresh, David, 209
Koriat, 66
Korn, 23
Kornbrot, 467
Korte, 401
Kossowska, 271
Kouchaki, 340
Kovar, 350
Kovera, 501, 502
Kowalski, 146, 299, 473
Krackow, 167
Krahé, 318, 321, 324
Krahé, Barbara, 322
Kramer, 259, 508
Kraus, 33, 97, 408
Krause, 410, 270
Kraut, Robert, 413
Krautwurst, Katie, 160
Kravitz, 224
Krebs, 383, 392
Krebs, Dennis, 384
Krendl, 293
Krettenauer, 101
Kristof, Nicholas, 523
Krizan, 50
Kroeper, 145
Kroger, 138
Krosnick, 17, 207
Kross, 32, 472
Krueger, 52, 95, 282, 295, 407, 533, 542
Krueger, Joachim, 93
Kruger, 48, 70, 374
Kruger, Justin, 64
Kruglanski, 4, 62, 97, 146, 209, 250
Kruglanski, Arie, 300
Krull, 85
Krumhuber, 532
Kteily, 278
Kubany, 333
Kubota, 98

Kugihara, 227
Kuhlmeier, 388
Kuhns, 304
Kuiper, 469
Kulig, 184
Kull, 109
Kumar, 483, 537
Kumkale, 192
Kunda, 280, 290, 343
Kunkel, 322
Kunst-Wilson, 346
Kupper, 476
Kurtz, 358
Kurzman, 409
Kuster, 467
Kutner, 326
Kuziemko, 539

L

La Rochefocauld, 104
Laboratorio de Interacción Humana Virtual, 196
Lactantes evitativos, 368
Lado positivo de la tristeza, 72
Lados contrarios en un conflicto, 432
Lady Gaga, 67
LaFrance, Marianne, 39, 143, 144
Lagerspetz, 328
Lagerspetz, Kirsti, 303
Lagnado, David, 244
Lai, 280
Laird, 497
Laird, James, 78, 114, 378
Lake, 405
Lakin, 341
Lakin, Jessica, 356
Lalonde, 48
Lalwani, 35
Lamal, 77
Lamb, 90
Lambert, 372
Lamberth, Hailee, 299
Lammers, 8
Lamont, 292
Lamoreaux, 35
Landau, 279
Landers, Ann, 16
Landon, Alf, 16
Landrum, 109
Lane, 175
Langer, 71
Langer, Ellen, 283
Langford, 394
Langlois, 350, 352, 353
Langlois, Judith, 353
Lankford, 171
Lanza, Adam, 323
Lanzetta, John, 115, 441
Lao Tse, 39, 49
Larkin, 49, 52
Larrick, 312
Larsen, 143, 303
Larsen, Randy, 359
Larson, 219, 236, 239
Larwood, 49
Lasgaard, 484
Lassiter, 49, 497
Lassiter, Daniel, 84
Latané, 225, 227, 397, 400, 411
Latané, Bibb, 224, 397
Latham, 252
Laughlin, Patrick, 246
Laumann, 81
Launay, 496
Lavado de cerebro, 106
Lawler, 228
Laws, 339
Lawson, Timithy, 28
Layden, Mary Anne, 480
Layous, 361
Lazarsfeld, Paul, 11
Lazer, 237
Le Mens, 178, 185
Leach, 70
Leader, 229
Lealtad(es), 117
  a la familia, 227
  a los grupos de trabajo, 227
  de endogrupo, 392
  y compromiso de una verdadera amistad, 373
Leaper, 141, 143
Leary, 56, 108, 339, 478
Leary, Mark, 20, 30, 43, 56, 338, 473
LeBoeuf, 80
Leckelt, 46
LeDoux, 62
Lee, 61, 85, 98, 252
Lee, Royce, 356
Legado
  físico, 124
  intelectual de la sociedad, 162
  psicológico, 124
Legate, 341
Legault, 57
Legrain, 132
Lehman, 36, 94, 287
Leippe, 493
Leiserowitz, 525
Lemay, 350
Lemyre, 279
Lenguaje, 141
Lenhart, 141, 323
Lentitud de la minoría, 250
Lenton, 351
Leodoro, 412
Leonardelli, 61, 341, 472
Leone, 56
LePage, 314
Lepper, 76, 115
Lepper, Mark, 75
Lerman, 193
Lerner, 49, 405
Lerner, Melvin, 287
Leshner, Alan, 15, 129
Leung, 136
Levav, 99
Leventhal, 213, 474
Levesque, 80
Levine, 58, 133, 174, 250, 251, 401
Levine, Mark, 404
Levine, Robert, 213
Levitan, 215
Levitan, Lindsey, 174
Levy, 286
Levy, Edward, 192
Levy-Leboyer, Claude, 198
Lewandowski, 204, 355, 377, 526
Lewicki, 361
Lewin, Kurt, 15, 433
Lewinsohn, 469
Lewinsohn, Peter, 470
Lewis, 79, 124, 261, 303, 352
Lewis, C. S., 38, 111
Lewis, James, 378
Lewis, Richard, 365
Ley de Derechos Civiles de 1964, 106
Ley de Gause, 275
Ley del hielo, 339
Leyens, 278, 359
Li, 69, 369, 394, 525
Li, Norman, 354
Liberación de gas metano, 521
Libertad
  comercial no reglamentada, 457
  personal irrestricta, 457
Libre
  albedrío, 180
  mercado, 529
Licoppe, 141
Lichtblau, 263
Líder directivo, 242
Liderazgo, 48, 252, 416
  de tarea, 252
  democrático contra autocrático, 433
  relacional, 145
  social, 252
  transformador, 145, 252, 254
Líderes
  de grupos de apoyo, 233
  de opinión, 205
  de pandillas, 44
  de tarea, 252
  directivos, 145
  eficaces, 253
  sociales, 252
Lieberman, 507, 511
Lifton, Robert Jay, 415
Liga Nacional de Futbol Americano, 127
Likken, David, 236
Likowski, 159
Lilienfeld, 300
Limitaciones
  ambientales a las libertades individuales, 457
  sociales, 170
Limitar
  a la bestia humana, 301
  el trauma emocional, 40
  la influencia de la publicidad, 213
Límites
  al comportamiento, 333
  de la lluvia de ideas, 247
  de la razón humana, 93
  de nuestro autoconocimiento, 41
  para la eficacia del castigo, 333
Lin, 302, 325
Lincoln, Abraham, 9, 254, 393
Lind, 113, 414
Lindsay, 493, 501
Lindskold, Svenn, 455
Linville, 18, 282
Linz, 316
Lippa, 143, 347
Lippitt, Ronald, 433
Lipsey, Mark, 333
Lipsman, 76
Literary Digest, 16
Liu, 178, 46
Livingston, 264, 319, 351
Lo malo es más poderoso que lo bueno, 360
Lo que es bello es bueno, 352
Locke, 252, 358, 477
Locksley, 277
Locksley, Anne, 293
Lockwood, 31
Loewenstein, 39
Lofland, 209
Loftin, 314

Loftus, 497, 502
Loftus, Elizabeth, 63, 77, 493, 495
Logan, 512
Logel, 292
Loges, 259
Lógica, 87
  de las investigaciones, 16
Lograr-crear una profecía autocumplida, 44
Logro(s), 47
  académicos, 19
  de metas, 252
  individual(es), 45, 48
  intelectual, 87
Lombardo, 361
London, 415, 508
Lonner, 136
Lonsdale, 67
Lonsdorf, 141
Lord, 294
Lorenz, Konrad, 301
Losch, 117
Lott, 361
Lougheed, 142
Loughman, Stephen, 278
Lount, 227
Lovett, 49
Lowery, 203, 506
Loy, 4
Lubinski, 143
Lucas, 308, 539
Lücken, 250
Lueptow, 266
Luginbuhl, 512
Luhtanen, 43, 277
Lum, 133
Lumsden, 188
Lun, 480
Luntz, Frank, 109
Luthans, 46
Lutsky, 38
Lüüs, 498
Lydon, 369
Lykken, David, 343
Lynch, 486
Lynch, John, 487
Lynn, 412
Lyons, 257, 505
Lyubomirsky, 485, 537
Llamado(s)
  bilateral, 201
  cara a cara, 203
  escritos, 203
  persuasivo, 190
  racionales, 197
  recibidos de forma pasiva, 204
  visuales, 203
Lluvia(s) de ideas, 247
  electrónica, 248
  en grupo, 247
  individual, 247

M

Ma, 33, 264
Maass, 175, 251
Maass, Anne, 251, 287
Maccoby, 205, 210
Maccoby, Eleanor, 141, 235
MacCoun, 176, 514
MacDonald, 304
MacDonald, Tara, 38
MacFarlane, 312
Mack, 351
MacKenzie, 310
Mackie, 197, 281
Mackinnon, 356
MacLeish, 303
MacLeod, 68
MacLin, 501
Macrae, 279, 280, 281
Macready, 485
Madden, Nancy, 445
Maddux, 46, 198, 275
Maddux, James, 461, 466
Madera, 145
Madon, 89
Maduración, 78
Maeder, 505
Magaro, 73, 469
Magnussen, 502
Mahalik, 141, 390
Maheswaran, 191
Maimaran, 207
Major, 48, 486
Mal(es)
  comportamiento, 20
  humor, 73
  sociales, 301
Mala
  reputación, 359
  salud, 359
  suerte, 70
Mala(s) interpretación(es), 290
  de la calidez de las mujeres, 80
  perceptuales, 63
Malamuth, 317
Malamuth, Neil, 316
Malaviya, 195
Malečková, 95
Maliepaard, 192
Malka, Ariel, 409
Malkiel, 65
Malone, 81
Malos padres, 359
Maltrato en la infancia, 304
Malle, Bertram, 84
Mallinckrodt, 214
Malloy, 59
Mandela, Nelson, 6, 250
Mander, 328
Manejo
  de impresiones, 54, 108
  intuitivo, 62
Maner, 126, 148, 306, 312, 376
Manera(s)
  de reducir los errores de identificación, 501
  de resolver los dilemas sociales, 425
  de superar la desconfianza, 194
  en que interpretamos al mundo, 4
  en que las personas se autosabotean, 54
Manilow, Barry, 28
Manipulación, 45
  de las presuposiciones, 77
Manipuladores políticos, 204
Manis, 103, 296
Mann, 229
Mannell, 116
Mannes, Albert, 64
Manufactura, 33
Maquiavelismo, 45
Marcus, 486
Marcus-Newhall, 307
Mares, 320
Marigold, 44
Marin-Garcia, 346
Markey, 326, 358
Markman, 70, 378
Marks, 52, 343
Markus, 31, 33, 155, 165
Markus, Hazel, 6, 35, 37
Marquis, 282
Marsden, Paul, 309
Marsh, 31, 42, 384, 387, 539
Marshall, 409
Marshuetz, 352
Martens, Andy, 104
Marti, 516
Martin, 193, 224, 251, 332
Martin, Leonard, 93
Martino, 322
Martins, 318
Marty, 26
Maruyama, 20
Maruyama, Geoffrey, 266
Marvelle, 351
Marx, 258
Marxistas, 9
Marzoli, 114
Masculinidad precaria, 145
Mashoodh, 149
Maslow, Abraham, 9
Massey, 51
Mast, 144
Mastekaasa, Arne, 488
Masters, 409
Mastroianni, 103
Mastroianni, George, 168
Masuda, 85
Masuda, Takahiko, 35
Masure, 219
Matanzas, 328
Materialismo, 532
  moderno, 534
Matheny, 303
Mathewes, 539
Mathieu, 40
Matices vocales, 374
Matrimonios
  concertados, 366
  exitosos, 378
  por amor, 366
  satisfactorios, 372
Matthews, 486
Maurice, 355
Mauro, 511, 516
Mauro, Robert, 510
Máximas, 104
Maximizar las recompensas, 382
Maxwell, 368
Mayer, 73, 469
Mayor
  calidad de vida, 535
  confianza social, 352
  disposición a ayudar, 394
  empatía, 394
  equidad de género, 151
  estimulación del jugador después del juego, 326
  hostilidad después del juego, 326
  poder social, 145
  probabilidad de portación de armas, 325
  problema que enfrenta el mundo, 523
  tema de investigación en la psicología, 30
Mazur, 306
Mazzella, 505, 506
Mazzoni, 496
McAdams, 271
McAlister, 213
McAllister, 497
McAndrew, 392
McAndrew, Francis, 302
McArthur, 85

McCain, 46
McCain, John, 306
McCann, 56, 103
McCarthy, 309
McCauley, 244, 245
McCauley, Clark, 238
McClintock, 349
McClure, 369
McConahay, John, 447
McConnell, 78
McCrae, 136
McCullough, 347
McDermott, 304
McDonald, 354
McFarland, 103, 415
McFarland, Cathy, 78
McGarty, 235
McGillicuddy, Neil, 454
McGillis, 504
McGlynn, 247
McGovern, 60
McGowan, 149
McGrath, 136, 218
McGraw, 69, 283
McGregor, 279
Mcgregor, Holly, 330
McGuire, 213
McGuire, William, 185, 212
McKelvie, 67
McKenna, 49, 237, 374
McKimmie, 251
McLatchie, Neil, 325
McLaughlin, 413
McMillen, 385, 386
McMullen, 70
McNeill, 482
McNulty, 80, 372, 378
McPherson, 342
McQuinn, 362, 372
McQuiston, 494
Mead, George Herbert, 32
Means, 72
Mecanismo(s)
  de afrontamiento, 40
  de procesamiento de la información, 92
  innato de activación social, 222
  para superar el egoísmo, 390
  perceptuales, 86
Media Insight Project, 193
Mediación, 450
Mediadores
  biológicos, 484
  de salud, 485
  sociocognitivos, 485
Mediar los conflictos, 252
Medicina conductual, 474
Medición de las actitudes implícitas, 97
Mediciones de atractivo, 349
Medidas
  del bienestar, 542
  globales de bienestar subjetivo, 541
Medin, 108
Medios
  masivos de comunicación, 33
  prosociales, 416
  sexuales de la internet, 374
Medvec, 69, 70
Medvec, Victoria Husted, 399
Meehl, Paul, 464
Meerwijk, 125
Meeusen, 271
Meggs, 128
Mehl, 5, 338
Mehl, Mathias, 372
Meier, 410
Meier, Bruce, 330
Meissner, 282, 495, 501
Mejor(es)
  consejo para lograr la persuasión, 203
  desempeño a futuro, 69
  momentos de nuestras vidas, 377
Mejora
  de las actitudes raciales, 446
  de las tecnologías, 528
  del prestigio social, 536
Mejorar nuestra propia imagen, 53
Melancolía, 469
Melander, 139
Meleshko, 473
Meltzer, 127, 347
Mellers, 67, 242, 247
Mellon, 89
Membresía en grupos religiosos, 410
Membresías sociales, 35
Memmert, 221
Memmert, Daniel, 162
Memom, 496
Memon, 500
Memoria
  de trabajo, 293
  implícita, 4
Menchen, H. L., 537
Mendonca, Pamela, 479
Menninger, Karl, 381
Menor
  autocontrol, 325
  ayuda a los demás, 325
  empatía por otros, 325
Mensaje(s)
  asociados con sentimientos positivos, 197
  bilateral, 201
  de texto, 5, 299, 373
  electrónicos, 374
  estructurados según los beneficios, 475
  persuasivos coherentes, 197
  que induzca el miedo, 198
  sobre lo que se puede ganar, 199
Mensajería instantánea, 319
Mentalidad
  abierta, 352
  colectiva, 328
Mente(s)
  discontinuas, 281
  inconsciente, 4
  intuitiva, 4
Mentiras creíbles, 204
Mera presencia de los demás, 222
Merari, Ariel, 238
Mercado(s)
  de apuestas para la elección, 249
  de pronósticos, 249
  social, 350
Mercadotecnia viral, 205
Merikle, 60
Mermelstein, 113
Merton, 94, 308
Merton, Robert, 87
Mesch, 409
Mescher, 267
Mesmer-Magnus, 246
Messias, 538
Messick, 222
Messner, Steven, 236
Meta(s)
  comunes, 441
  de una vida social, 36
  extrínsecas, 535
  intrínsecas, 535
  superordinadas, 444
Metaestereotipos, 284
Metha, 70
Método de observación naturalista, 158
Métodos de aprendizaje cooperativo, 447
Metzl, 303
Meyer, 97
Meyers, Sarah, 363
Mezcla
  de culturas, 132
  entre observación y expectativas, 79
  entre razón y pasión, 79
Mezulis, 48
Mickelson, 368
Microagresiones, 300
Microestructuras de laboratorio, 156
Michaels, James, 220
Michniewicz, 146
Middendorf, 512
Miedo y alivio posterior, 199
Miembros de
  cultos, 209
  grupos de autoayuda, 233
  pandillas, 334
Migliaccio, 393
Migraciones, 132
Miguel, 23
Miklikowska, 271
Mikulincer, 338, 368
Mikulincer, Mario, 279, 393
Milgram, 176
Milgram, Alexandra, 163, 164
Milgram, Stanley, 3, 162, 163, 165
Milyavskaya, 57, 339
Millar, 98
Miller, 52, 56, 70, 75, 85, 141, 165, 168, 174, 178, 264, 287, 293, 307, 314, 343, 354, 360, 368, 371, 376, 405, 418, 477, 508, 511
Miller, Arthur, 171
Miller, Dale, 283, 440
Miller, Norman, 202
Miller, Richard, 91
Miller, Rowland, 355
Millett, Kate, 372
Mills, 342, 370
Mills, Judson, 370
Mimetismo
  con el comportamiento de otra persona, 159
  natural, 159
Mims, 390
Min, 38
Minard, 273
Minimizar
  la diversidad del grupo, 440
  los costos, 382
  Minoría(s)
  de uno, 174
  innovadoras, 250
  numéricas, 443
  persistente, 251
Mirabile, 215

Mirenberg, 345
Mirenberg, Matthew, 345
Mirsky, 392
Miscenko, 113
Miseria, 359
Mishna, 299, 333
Misticismo, 30
Mitchell, 25, 238, 496
Mitchell, Terence, 78
Mito
  de la violación, 316
  estudiantil, 70
Miyake, 293
Mizerski, 214
Mizock, 268
Mobbing. Véase Hostigamiento grupal
Mocan, 506
Moctezuma II, 126
Modalidades de
  conducta, 93
  pensamiento, 93
Modelamiento, 334
  en la vida real, 415
  en los medios, 416
  televisivo de comportamiento prosocial, 321
Modelar eficientemente el comportamiento prosocial, 416
Modelos
  agresivos, 328, 334
  antisociales, 416
  de ausencia de respuesta, 399
  de rol, 139
  prosociales, 403
  televisivos prosociales, 416
  violentos, 318
Modestia, 56
Modificación de las actitudes, 97
Modigliani, 170
Modos de pensamiento adaptativos, 86
Módulo de rechazo de la pareja, 377
Moffitt, 57, 303, 304
Moghaddam, 238
Moghaddam, Fathali, 450
Mojzisch, 246
Molander, 49
Molestias físicas, 474
Moller, 321, 322, 324
Momentos
  agradables, 78
  de conflicto e infelicidad, 376
  desagradables, 78
Monin, 263
Monogamia relativa, 146
Monroe, Marilyn, 160
Montag, 325
Monteith, 280
Montgomery, Robert, 480
Montoya, 344, 349, 356, 358
Moody, 214
Moons, 197, 204
Moor, 340
Moore, 202, 304, 402, 412
Moore, Danny, 222
Moore, Don, 64
Morales, 285
Moralidad común en distintas culturas, 122
Moran, 508, 511, 512
Morgan, 473, 495
Mori, 114
Morling, 35
Morn, 203
Morris, 174
Morrison, 316, 352
Morrow, Lance, 155
Morry, 263
Moscatelli, 278
Moscovici, 9, 250
Moscovici, Serge, 234, 250, 251
Moskalenko, 238
Moskowitz, 220
Moss, 148
Mostrar interés por alguien, 358
Motivación
  de la autoestima, 42
  de lucro, 200
  intrínseca, 417
Motivo(s)
  de ruptura, 370
  en beneficio propio, 53
  variables, 424
Mouton, Jane, 444
Moutsiana, 369
Movimiento(s)
  corporales, 89
  de la vida sencilla, 543
Moyer, 303
Moyers, Bill, 244
Moylan, 72
Moynahan, 402
Moynihan, 8
Mueller, 47, 321
Mueller-Johnson, 510
Muestras, 16
  de racismo, 96
  no representativas, 16
Muestreo aleatorio, 16
Mugge, 327
Muggleton, 354
Mujcic, 263
Mujeres
  buscan más ayuda, 390
  ofrecen ayuda por igual, 389
  ofrecen juventud y atractivo físico, 350
  prefieren estatus y recursos, 354
  son colectivistas, 390
  tienden a ser más generosas, 408
Mulder, 523
Multiculturalismo, 293, 449
  en las diferencias, 287
Múltiples oradores, 210
Multitud interior, 249
Mullainathan, 263
Mullen, 48, 52, 175, 219, 221, 222, 226, 229, 242, 245
Mullen, Brian, 328
Muller, 198
Mullin, 316
Mundo social en miniatura, 156, 492
Munhall, 49
Munoz-Rivas, 299
Munro, Geoffrey, 75
Murachver, 142
Murata, 514
Muraven, 57
Murphy, 65
Murphy, Cullen, 11, 14
Murphy, Tim, 97
Murray, 44, 258, 357, 360
Murray, Damian, 181
Murray, Sandra, 90
Murstein, Bernard, 349
Muscatell, 408
Música
neutral, 334
prosocial, 334
Muson, 318
Mutaciones, 129
Myers, 529
Myers, 49, 69, 72, 178, 234, 235, 376, 488
Myers, J. E., 366
Myers, Joel, 248
Myers, N., 528

N

Naciones Unidas, 138
Nadler, 292, 388
Nadler, Arie, 390
Nagar, Dinesh, 221
Nail, 155, 183
Naimi, 304
Nair, 205
Napoleón, 9
Narang, 315
Narcisismo, 45
Narcisistas en redes sociales, 46
Nario-Redmond, 259
Narraciones de aventura, 123
Nasby, 358
Nash, 340
National Institute of Mental Health, 321
National Safety Council, 4, 68
National Suicide Prevention Lifeline, 160
Naturaleza
  automática del mimetismo, 159
  casual de los contactos, 342
  contra crianza, 124
  de las personas, 131
  y crianza, 6, 152
Naturaleza humana, 301
  compartida, 123
  hereditaria, 6
  universal, 124
Navarrete, 281
Navegar en la red, 373
Nawrat, Richard, 386
Neal, 114
Necesidad(es)
  de afiliación, 218
  de aprobación social, 407
  de cognición, 210
  de comparación, 536
  de logro, 218
  de pertenencia, 186, 337, 339, 367, 488, 540
  de reducir la culpa privada, 385
  de sentir autonomía, 339
  de sentir competencia, 339
  humana, 218, 488
  percibida de retribución, 388
Neely, Robert, 412
Neff, 372
Neff, Kristin, 43
Negación del cambio climático, 526
Negar responsabilidad, 165
Negociación, 450
  firme, 450
Neimeyer, 482
Nelson, 80, 295, 352
Nelson, Lori, 283
Nelson-Coffey, 383
Nemeth, 245, 247, 251

Nemeth, Charlan, 174, 246, 251
Nerem, 522
Nestler, 12
Netchaeva, 146
Netflix, 38, 160
Nettle, 51
Neumann, 159
Neurobiología, 6
Neurociencia social, 6
Neurocientíficos, 31
Neuronas espejo, 158
New York Times, The, 165, 501
Newcomb, 342
Newcomb, Theodore, 229
Newell, Ben, 244
Newman, 85, 143
Newport, 67, 109, 129, 261, 267
Newton, 97
Nguyen, 305
Nicks, 23
Nicholson, 165
Nida, 339, 398
Nida, Steve, 340
Nie, 374
Nielsen, 23, 317
Nielson, 408
Niemi, 139
Niemiec, 339
Nietzel, 517
Nigbur, 99
Nigro, 274
Nijstad, 247
Niños
  pequeños, 496
  que participan en comportamiento agresivo, 333
Nisbett, 35, 84, 94, 284, 540
Nisbett, Richard, 35, 92, 93, 310
Nivel(es)
  bajos de autoestima, 44
  de adaptación, 539
  de apertura a nuevas experiencias, 180
  de autoestima, 43
  de pensamiento, 4
  neutros, 536
No
  escuchar indicaciones, 340
  finalizar tareas, 340
  ignorar el acoso escolar, 333
  sabemos por qué hacemos lo que hacemos, 401
Noble, 333, 514
Nock, 98
Noguchi, 183
Nolan, 338
Nolen-Hoeksema, Susan, 470
Noller, 368, 378
Noller, Patricia, 379
Nombre inusual, 34
Nordgen, 394
Nordgren, 51, 339
Norem, Julie, 51
Norenzayan, 133
Norma(s)
  altruistas, 428
  ambiguas o conflictivas, 406
  comunes para la amistad, 136
  cooperativas, 427
  culturales, 149
  de expresividad, 133
  de género, 408
  de reciprocidad y, 387, 388, 393, 455
  de responsabilidad social, 387, 427, 428
  de roles de género, 265
  del comportamiento apropiado bien definidas, 406
  del prejuicio, 447
  dinámica, 415
  estática, 415
  relacionada con la estatura, 150
  sociales, 132, 165, 387, 392
  son prescriptivas, 265
North, 67, 190
Northern Illinois University, 178
Norton, 357, 537, 538
Nosek, 41, 71, 98
Nosow, 391
Nostalgia, 472
Notarius, 378
Notas Post-it, 251
Novela 1984, 79
Novelli, 133
Novotney, 402
Nowak, 390, 392
Nuestra identidad, 529
Nunez, 508
Nurmi, 44, 472
Nuttin, 344
Nyer, 177
Nyhan, 204

O

O'Connor, 180
O'Dea, 209
O'Donovan, 476
O'Heeron, Robin, 485
O'Keefe, 198
O'Leary, 377
O'Malley, 20
O'Mara, 42
Oaten, 57
Obama, Barack, 192, 235, 260, 263, 306, 355
Obediencia, 156
Objetivo(s)
  de exogrupos, 307
  del mediador, 451
  final del publicista, 190
Objeto de la psicología social, 87
Obligación
  ética del psicólogo social, 402
  moral, 376
OBrien, 144
Observación(es)
  de la victimización de una persona inocente, 287
  de modelos agresivos, 334, 402
  transculturales, 128
Observadores de alguien más, 84
Observar la conducta agresiva, 310
Oddone-Paulucci, 316
Odean, 71, 146
Odgers, 308
Odio, 3
  étnico, 276
  propio, 291
Ohbuchi, 313
Ohtaki, Paul, 252
Oishi, 31, 538, 539, 540
Okimoto, 176, 267
Oleson, 290
Olfson, 475
Oliner, 415
Olores desagradables, 312
Olson, 41, 56, 111, 118, 178, 192, 289, 326, 352, 501
Olweus, 303
Olweus, Dan, 300
Omarzu, Julia, 379
Omoto, 412
Ontario Science Center, 221
Opciones
  cuidadosamente formuladas, 18
  de respuesta, 16, 17
Open Science Collaboration, 23
Opinión pública acerca del cambio climático, 523
Opotow, 414
Oppenheimer, 66, 115
Optimismo, 540
  bueno para la salud, 478
  excesivo, 51
  ilusorio, 51, 52
  poco realista, 51
  vence al pesimismo, 51
Optimistas natos, 51
Opuesto del egoísmo, 382
Orden
  de las preguntas, 16, 17
  de persuasión, 206
  en que se determina quién recibe la ayuda, 391
Orenstein, Peggy, 184
Organismos biopsicosociales, 7
Organización, 3
Organizaciones de voluntariado, 540
Orgaz, 71
Orgullo por el propio grupo, 429, 449
Orientación
  a la dominancia social, 270
  al futuro, 357
  competitiva de ganar-perder, 451
  cooperativa ganar-ganar, 451
  de valor prosocial, 415
  psicológica, 95
Origen
  de muchos de los males humanos, 523
  evolutivo, 393
Oriña, 368
Ormiston, 245
Ornstein, Robert, 168
Ortega, 299
Orth, 44, 467
Orwell, George, 79
Osborne, 289, 292
Osgood, Charles, 454
Oskamp, 99
Osofsky, 104
Osswald, 416
Osterhouse, 210
Ostracismo, 339
  simulado, 340
Ostrom, 282, 347
Oswald, 98, 260, 534
Oswald, Andrew, 541
Otten, 340
Overall, 295
Owyang, 351
Oxígeno de la publicidad, 309
Oxitocina, 7
Oyserman, 33

P

Packer, 163, 245
Pactor, 409
Padawer-Singer, 185
Padgett, 166
Padres
  negligentes, 391
  permisivos, 333
  que usan drogas, 44
Page, 245
Páginas de Facebook, 204
Pago de una deuda social, 370
Países con mayor desigualdad, 538
Palabras
  asociadas con emociones, 359
  para las emociones negativas, 359
  positivas, 48
  sin sentido, 343
Palazzolo, 506
Palin, Sarah, 355
Palmer, 214, 275
Paluck, 274
Pallak, 195
Pandey, 85
Pandey, Janak, 221
Pantell, 483
Pape, Robert, 300
Parachin, 409
Paradigma de obediencia de Milgram, 163
Paraíso social, 536
Paranoia, 473
Parashar, 69
Parasitismo, 225
Pardini, 303
Parecer
  creíble, 192
  experto y confiable, 193
Parejas
  casadas más satisfechas, 360
  exitosas, 378
  felices, 378
  infelices, 80, 378
Parent, 146
Parentesco, 352
  genético, 391
Park, 35, 141, 188, 193, 257, 282, 300
Park, Lora, 43
Parker, 143, 265, 335
Parks, Rosa, 250
Parsons, 368
Participación
  activa en la discusión, 239
  cívica, 416
  social, 33, 36
Pasado ancestral, 127
Pascal, Blas, 62
Pascarella, 236
Paseos en montañas rusas, 364
Pashler, Harold, 249
Pasión, 364
Pasividad del grupo, 399
Pasmo de familiares y amigos, 377
Patall, 70
Patel, 387
Patología social, 102
Patrón(es)
  de acción fija, 158
  de comportamiento, 129
  de mayor individualismo, 34
  de pensamiento, 77, 471
  humanos de matrimonio, 129
  mentales, 31, 62
  psicológicos típicos de los varones, 127
  universales de comportamiento, 122
  universales de lenguaje, 122
Patten, 143
Patterson, 309, 310, 347
Patterson, Miles, 135
Paulhus, 46, 108, 473
Paulhus, Delroy, 45
Paulus, 247
Paulus, Paul, 247
Pawlenko, 502
Payne, 260, 264, 533, 537, 538
Payne, Roy, 483
Pazhoohi, 390
Pchelin, 537
Pedersen, 263, 304, 307, 477
Peetz, 475
Peetz, Johanna, 39
Pegalis, 372
Pegna, 354
Pelea por el estatus, 302
Peleas destructivas, 451
Pelham, 44, 345
Pelham, Brett, 345
Películas de horror, 364
Peligros de un optimismo poco realista, 51
Pelonero, 397
Pena autoenfocada, 386
Pence, Mike, 264
Pendiente resbaladiza de obediencia, 169
Peng, 185
Pennebaker, 5, 115, 143, 159, 338, 474
Pennebaker, James
Pennebaker, James, 373, 485
Penner, 389, 407, 410
Pennington, 56, 510
Penrod, 499
Penrod, Steven, 511
Pensamiento(s), 96
  agresivos, 324
  analítico, 94
  autoculpabilizador, 468
  automático, 98
    e intuitivo, 62
  complejo asociado, 74
  conceptual, 94
  contrafáctico, 69, 70
  controlado, 98
  crítico, 5, 26
  cuidadoso, 210
  de un mundo justo, 289
  deliberado, 4, 62
  grupal, 218, 242, 244, 248, 255, 430
  ilusorio, 63, 86, 93, 94, 462
  intrusivos, 270
  intuitivo, 4
  moral, 105
  negativo, 52, 479
  parcialmente automático, 62
  parcialmente controlado, 62
  positivo, 52, 93, 197, 482
  secuencial, 94
  simplista, 432
  social, 7
  socialmente progresista, 180
Pensar
  lento, 4
  rápido, 4
    pensar despacio, 60
Penton-Voak, 354
Peñalosa, Enrique, 541
Peoplau, 488
Peores momentos de nuestras vidas, 377
Pepitone, Albert, 229
Peplau, 147, 371
Percepción(es)
  autocomplacientes, 44
  cambiantes, 433
  de amenazas, 98
  de discriminación contra el propio grupo, 441
  de imagen en espejo, 431
  de la ineficacia del grupo, 225
  de mentalidades similares, 357
  de personas que se hacen notar, 283
  de que el cambio es inevitable, 447
  de sesgo, 75
  encontradas, 433
  erróneas, 431, 433, 434, 451
  líder malvado-pueblo bondadoso, 432
  políticas, 75
  sesgadas, 53
  sobre las personas mayores, 258
  social del lego, 93
  sociales, 60, 439
  válidas, 433
Perder dinero, 359
Pérdida
  de biodiversidad, 522
  de control, 71
  de ingresos, 359
  de las relaciones sociales, 338
  de lazos sociales, 485
  del yo, 30
Perdonar, 40
Pereira, 275
Perez, 143
Perfiles en Facebook, 35
Periloux, 147, 354
Periodo de desilusión, 366
Perls, Fritz, 331
Permafrost, 521
Perrett, 353
Perretta, 500
Perrin, 160
Perry, 134, 165
Perseverancia de creencias, 76, 465, 518
Persico, 351
Persistencia, 251
  en una tarea asignada, 409
Persistente segregación informal, 439
Persona(s)
  adultas de mayor edad, 494
  alegres, 358
  altruista, 382
  ansiosas, 340
  atractivas, 361
  bellas, 350, 504
  buenas, 504
  con alta autoestima, 43, 44
  con baja autoestima, 43, 44
  con bajo nivel de automonitoreo, 56
  con conciencia de sí mismas, 412

con menor nivel socioeconómico, 408
con nivel alto de automonitoreo, 56
con poder social, 83
con trastornos mentales, 303
con un estatus social menor, 408
con una autoestima mayor que el promedio, 44
de mayor estatus, 175
dependientes, 388
depresivas, 472
deprimidas, 358, 467
descartan la amenaza climática, 525
desconfiadas, 427
desindividuadas, 232, 412
emiten juicios superficiales, 195
en conflicto, 421
en pobreza extrema, 388
en una red social, 159
enfocadas en metas extrínsecas, 536
estigmatizadas, 395
etnocéntricas, 271
exhiben lealtad, 378
exhiben negligencia, 378
extravertidas, 473
felices, 72, 386
físicamente atractivas, 352
frustrada, 307
generosas, 383
gravemente deprimidas, 467
habilidosas para obtener información, 372
incapaces de retribuir, 388
infelices, 72, 488
inocentes exoneradas por evidencia de ADN, 492
más compasivas hacia las víctimas, 408
más privilegiadas, 408
menos privilegiadas, 408
menos satisfechas con sus relaciones, 44
moralmente incluyentes, 414
narcisistas, 376
no deprimidas, 358
orgullosas y con alta autoestima, 388
pobres o hambrientas, 352
propensas a la depresión, 470
que actúan como nosotros, 195
que asociamos con sentimientos positivos, 361
que comparten identidad grupal, 401
que participarán en los estudios, 16
que recibe la ayuda, 386
reactivas y propensas al enojo, 476
reflexivas, 189
religiosas, 410
sin conciencia de sí mismas, 232
singulares, 283
sociable y dominante, 358
socialmente rechazadas, 340
solidaria, 338
solitarias y tímidas, 480
tímidas, 473
y sumisa, 358
trans, 125
tristes, 386
Personalidad, 81
autoritaria, 271
competitiva, 476
influye en cómo reaccionan las personas, 407
propensa al enojo, 476
Perspectiva(s)
de la cámara, 84
del intercambio social, 392
negativa de la conformidad, 168
negativa frente a todo, 44
omnicultural, 450
que congenian, 192
Persuasión, 187
de ruta central, 194
de ruta periférica, 194
Pesimismo
defensivo, 51
sobre el destino de los demás, 50
Pessin, 219
Petersen, 125, 147
Peterson, 26, 51, 147, 305, 322, 468, 477, 502
Peterson, Christopher, 477
Peticiones
no verbales personalizadas, 412
personales, 412
persuasivas, 250
Petraitis, 146
Petrocelli, 70
Petruska, 408
Pettigrew, 258, 260, 263, 275, 278
Pettigrew, Thomas, 273, 286
Petty, 117, 190, 197, 210, 225, 227
Petty, Richard, 115, 189
Pew, 139, 236, 258, 261, 268, 275, 525
Pew Research Center, 75, 139
Pfaff, 145, 390
Phelan, 267
Phua, 195
Pica, 504
Pickett, 486, 538
Pichon, 409
Piedad y compasión genuinas, 393
Pierce, 507
Piff, Paul, 408
Piliavin, 384
Piliavin, Jane, 383
Pincus, 303, 475
Pinel, 91
Pinker, 143, 266
Pinker, Steve, 123, 147, 334
Pinker, Susan, 483
Pittinsky,Todd, 293
Place, 363
Placer, 78
Placeres simples de la vida, 536
Planificación familiar, 528
Plant, 90, 260, 264
Platek, 354
Platow, Michael, 159
Plaut, 33, 351
Plomin, Robert, 134 Plötner, 398
Pobreza en la infancia, 44
Poder(es)
como individuos, 250
de control personal, 33
de intuición, 93
de la cultura, 131
de la influencia personal, 205
de la persuasión, 187
de la realimentación inmediata, 529
de la situación, 5, 169
de las normas sociales, 170
de lo malo, 359
de los incentivos, 528
de moldeamiento de la cultura, 138
de una situación social, 5
del grupo, 229
del liderazgo, 252
del pensamiento positivo, 46
predictivo de los factores situacionales, 407
prejuicioso de las preconcepciones, 518
sanador de las creencias positivas, 478
unificador de las metas superordinadas, 444
Poder social, 168
de la unanimidad del grupo, 174
de los hombres, 139, 145
Poincaré, Jules Henri, 15
Polarización
política, 237, 432
racial, 237, 218
Polarización grupal, 233, 234, 328, 429, 515
en la internet, 237
en la política, 236
en las comunidades, 236
en las escuelas, 235
en los jurados, 514
en organizaciones terroristas, 238
Políticas públicas, 528
Polk, 228
Pomazal, 389
Pond, 334
Poniewozik, 75
Poon, 340
Popenoe, 376
Popularidad de los líderes narcisistas, 46
Pornografía, 315
en la internet, 316
Pornpitakpan, 194
Porter, 497
Post, 383
Post, Jerrold, 239
Postmes, 235, 245
Postmes, Tom, 231
Potencia
de la influencia personal, 412
del sesgo en beneficio propio, 47
Potencial
de conflicto, 357
de las realidades sociales virtuales, 196
destructivo de los grupos, 232
humano para la crueldad, 299
Potenciar
el agrado, 343
los prejuicios locales, 275
Potok, Chaim, 26

Potter, 402
Poushter, 258
Powell, 524
Práctica(s)
  arraigadas, 97
  de la violencia engendra violencia, 326
  de meditación, 30
  institucionales que discriminan, 260
Pratkanis, 54, 192, 242, 245, 388
Pratkanis, Anthony, 447
Pratt, 128
Pratt-Hyatt, 271
Pratto, 143, 145
Pratto, Felicia, 270
Precisión excesiva, 64
Preconcepciones, 74, 77, 430
  erradas de los jurados, 510
Predecir
  el comportamiento de los demás, 88
  eventos fortuitos, 71
Predicamento social, 423
Predicción
  afectiva, 39
  contrastables, 128
  de nuestros sentimientos, 39
  del comportamiento, 38, 98
  estadística, 464
  evolutivas, 128
  genética de la ansiedad, 150
  genuinas, 14
  intuitiva, 464
Predictores del divorcio, 378
Predisponer a individuos a ayudar, 418
Predisposición a cuidar de nuestros familiares, 391
Predmore, 372
Preferencia(s)
  basadas en el egoísmo, 345
  humana por las parejas atractivas, 354
  laborales, 143
  personales, 117
  transgénero, 268
Preguntas
  abiertas, 500
  interesantes, 14
  retóricas, 210
  sugerentes, 495
Prejuicio(s), 257, 258, 266, 428
  afecta a sus víctimas, 291
  antiinmigrante, 258
  de género, 257, 266, 273
  de los jurados individuales, 507
  de orientación sexual, 257
  de otra persona, 48
  del juez, 510
  en contra de personas gay y lesbianas, 268
  exogrupal, 273
  explícito, 261, 264
  expresado, 436
  franco, 263
  implícito, 261, 264, 435
  infantiles, 271
  involuntario, 264, 297, 346
  minimiza el contacto, 437
  moderno, 263
  racial, 257, 261, 435, 511
  socialmente aceptado, 273
  sutil, 263
Prentice, 8, 140
Prentice-Dunn, Steven, 231
Preocupación(es), 270
  ansiosa, 473
  egocéntricas del yo, 30
  empática, 393
  moral, 414
  por la autopresentación, 56
  por sí mismo motiva el comportamiento social, 30
Preparación, 60
  para el contrainterrogatorio, 498
Prescriben el comportamiento apropiado, 387
Presencia
  de otros eleva el desempeño, 218
  física de la autoridad, 167
  social, 375
Presentaciones mediáticas positivas, 188
Preservación y propagación de los genes, 124
Presión(es)
  a la conformidad, 182, 243
  explícita, 250
  extrema, 221
  grupal a la conformidad, 176
  normativa, 178
  para la conformidad, 250, 328
  social, 169
Prestar apoyo, 252
Prestigio
  de la autoridad, 168
  engendra la influencia, 176
Preston, 391
Preston, Jesse Lee, 66
Presunción, 56
Prevenir la agresión, 333, 334
Price, 355, 494
Price Waterhouse, 296
Priel, 369
Primack, 472
Primeras impresiones
  de los demás, 75
  son importantes, 351
Principales temores del ser humano, 124
Principio(s)
  básico del pensamiento social, 68
  de "el agrado lleva a la persuasión", 194
  de agregación, 99
  de equidad de la atracción, 369
  de equidad en la formación de parejas, 370
  de la justificación insuficiente, 111
  de la psicología social, 526
  de la selección de parentesco, 391
  de la semejanza conduce al agrado, 505
  de las actitudes como consecuencia de la conducta, 104
  de las recompensas, 361
  de pacificación, 453
  de que la semejanza atrae, 357
  del agotamiento del autocontrol, 57
  del pensamiento social, 7
  ético, 24, 402
  fundamental de la biología, 123
  moral universal, 387
Prinsen, 178
Prinstein, 300
Prisión cognitiva, 295
Pritchard, 321
Privación
  absoluta, 308
  completa, 308
  de alimentos, 495
  de sueño, 495
  relativa, 308
Problemas
  de autocontrol, 340
  de relación, 43, 45
  de salud y sociales, 538
  del sentido común, 12
  en la vida, 44
  que amenazan nuestro futuro, 421
  sociales y políticos, 539
Procedimiento de entrevistas cognitivas, 500
Procesamiento
  automático, 4, 62, 63
  controlado, 62
  de emociones, 293
  de la información, 61, 92, 510
  de ruta central, 190
  de ruta periférica, 190
  dual de la mente humana, 190
  inconsciente de la información, 5, 62
  matemático, 293
  sesgado de la información, 204
Procesar la información social, 93
Proceso(s)
  automático e intuitivo, 62
  controlado y deliberado, 62
  de desapego, 377
  de equiparación de activos, 350
  de indagatoria, 233
  de intercambio social, 393
  de la persuasión, 206
  de matar engendra matar, 104
  de pensamiento, 40
  de selección de los miembros del jurado, 511
  psicológicos, 171
  sociales cotidianos, 492
  subjetivos, 14
Procrastinación, 171
Producción de gases de invernadero, 543
Producir recuerdos falsos, 496
Productividad
  agrícola, 528
  de los trabajadores, 46
Profecía autocumplida, 2, 44, 87, 291, 352
Profesionales clínicos de la salud mental, 463
Profundización en la intimidad, 372
Programa(s)
  agresivos, 318
  de capacitación, 333, 402
  de contacto intergrupal, 438

de control del pensamiento, 106
de discriminación positiva, 388
de voluntariado, 416
educativos de prevención, 213
de reemplazo de la agresión, 334
Programación biológica, 149
Programados para cuidar de los parientes cercanos, 391
Progreso humano sostenible, 539
Prohaska, 51, 358
Prohaska, Thomas, 89
Projectimplicit.net, 98
Promedio Industrial Dow Jones, 88
Promedio perfecto es agradable a los ojos, 354
Prominencia del grupo, 439
Promiscuidad relativa, 146
Promoción
de la salud social, 530
del bienestar social, 530
Promover el altruismo, 403
Pronin, 48, 84, 87, 181
Prooijen, 271
Propaganda, 188
Propensión
al sesgo de impacto, 40
humana a agredir, 302
Propia
identidad, 33
relación insatisfactoria, 376
Proporcionar apoyo social, 485
Propósito
biológico de pensar, 66
del terrorismo, 309
Prospectos salariales, 348
Prosperidad, 533, 539
económica, 33, 537
Prosser, Amy, 404
Prot, 416
Protección que dan las desventajas, 54
Prothrow-Stith, Deborah, 452
Provine, Robert, 158
Proximidad, 342
proximidad conduce al agrado, 343
Proyecto Many Labs, 23
Prueba(s)
de manchas de tinta de Rorschach, 464
de memoria, 77
doble ciego, 501
Pryor, 80
Psicología
clínica, 460
cultural, 37
de la personalidad, 2
de la salud, 474
de mercado, 88
del apareamiento, 355
del consumo, 536
del desarrollo, 134
del mercado accionario, 88
del sentido común, 203
evolutiva, 123, 390
social, 2, 92
Psicólogos
evolutivos, 6
sociales, 5, 63
Psicopatía antisocial, 45
Psicoterapia conductual racional emotiva, 479
Psicoterapias cognitivas, 480
PsycINFO, 30
Public Opinion, 49
Publicidad
anterior al proceso, 508
en el ciberespacio, 214
Público pasivo, 218
Puhl, 259
Pulsión
de muerte, 301
hostil, 308
Punto(s)
central de la terapia, 482
ciego del sesgo, 48
muertos en las negociaciones, 48
Puntos de vista, 4
acerca de nosotros mismos, 43
contrarios, 201
Purvis, 372
Putnam, 144, 373, 416
Putnam, Robert, 375, 410
Puttinsky, 46
Pyszcynski, 470
Pyszczynski, 279, 364, 54

Q

Qirko, 238
Quartz, 149
Quesnel, 44
Quinn, Diane, 292
Quist, 354
Quoidbach, 84, 536

R

Rabinovich, 193
Racionalidad económica humana, 51
Racionalización de los propios motivos, 433
Racionalizaciones morales para el comportamiento inmoral, 171
Racionalizar, 40
Racismo, 260
cultural, 263, 357
moderno, 263
Radelet, 507
Rafferty, 306
Raíces
del mal, 171
sociales del salvajismo, 428
Raifman, 269
Raine, 303
Raine, Adrian, 303
Rainey, 351
Rains, 183
Rajagopal, 70
Rajecki, 350
Ramirez, 332
Rammstedt, 358
Randall, 126
Randler, 303
Rank, 167
Rapport, 62, 196
Rasgo(s)
asociados al liderazgo masculino ancestral, 252
de insensibilidad, 407
psicológicos, 124, 140
subjetivo deseable, 50
valiosos, 48
Rasgos de personalidad, 6, 134, 352, 407
agresivos, 319
deseables, 350
Rateau, 9
Ratliff, 71
Ratner, 240
Rato, 534
Rawls, John, 430
Rawson, 65
Raymond, 80
Raynor, 58
Razonamiento
del paciente, 482
moral, 334
motivado, 59, 525
Razones
por las que el matrimonio aumenta la felicidad, 488
por qué estudiar los sesgos de pensamiento, 86
Reacción(es)
agresiva de un individuo, 329
ante el estrés, 474
defensiva, 423
emocionales, 62
implícitas automáticas, 98
Reactancia, 183, 508
Read, 66, 502
Realidad(es)
ambigua, 178
de nuestra propia muerte, 43
objetiva, 4
simulada, 21
sociales virtuales, 196
Realimentación, 42, 66
correctiva, 360
de autoeficacia, 47
de autoestima, 47
inmediata, 66, 529
social, 375
Realismo
depresivo, 467
experimental, 23
mundano, 23
Rebelión contra la autoridad ilegítima, 167
Reber, Jeffrey, 91
Receptores de la persuasión, 216
Recibir
ayuda sin pedirla, 388
sin dar a cambio, 388
Reciprocidad
de confidencia, 371
dentro de las redes formadas en una sociedad, 388
directa, 390, 391
entre los humanos, 392
indirecta, 390, 392
Recompensa(s)
de la agresión, 309
de la relación, 361
externas, 383
innecesaria(s), 115, 116
internas, 383
no anticipada, 116
por el esfuerzo, 138
social, 408
Recompensar
comportamientos cooperativos y no agresivos, 333
la sensibilidad y la cooperación, 333
Reconciliar múltiples identidades, 448
Reconstrucción

de los recuerdos, 77
del comportamiento pasado, 79
Recontar eventos, 497
Recordación de sucesos negativos, 73
Recordaciones falsas, 495
Recrear la violencia televisiva, 318
Recuento preciso, 497
Recuerdo(s), 77
cercanos, 202
de corta duración, 156
de eventos físicos, 78
de eventos sociales, 78
de forma implícita, 63
de manera explícita, 63
en la actualidad, 78
vagos, 79
Recuerdos falsos, 77
convincentemente sinceros pero equivocados, 496
inducidos por la desinformación, 497
Recuperar una imagen pública positiva, 385
Rechazo, 338
social, 43, 178, 469, 488
Red(es)
de apoyo, 485
de rasgos, 407
de trabajo, 374
sociales, 46, 132, 299, 319, 338, 373
Redick, Carl, 466
Redirigir la hostilidad, 307
Redistribución del ingreso, 539
Reducción
de ansiedad, 438
de la angustia egoísta, 394
del sentido de responsabilidad, 411
en actividad cerebral asociada con la emoción, 325
en diferencias de género, 128
leve del control, 229
Reducir
el anonimato, 412
el comportamiento agresivo, 334
la ansiedad social, 473
la culpa privada, 385
la presión arterial, 540
las hormonas de estrés, 540
nuestro consumo, 539
Reece, 258
Reed, 103, 128, 272
Reentrenamiento en atribuciones, 481
Reflejo de
la influencia del lugar donde vivimos, 345
los valores personales, 9
Reflexión intensa, 72
Reflexionar en la decisión, 165
Reformular los mensajes acusatorios, 333
Reforzamiento positivo, 72
Reforzar los comportamientos deseables, 334
Regan, 101, 210, 361
Regla(s)
culturales específicas, 124
de la etiqueta, 132
de oro, 430
de pensamiento, 93
no negociables, 334
Reglamentación implica costos, 425
Regresión a la media, 71
Regulación de la expresión de los genes, 149
Regular el comportamiento social, 339
Reicher, 103, 231, 238
Reicher, Stephen, 167, 404
Reid, 322, 356
Reifler, 204
Reijntjes, 339
Reincidencia de delincuentes juveniles, 464
Reiner, 127
Reis, 140, 221, 342, 347, 365, 371, 372, 472
Reisenzein, 313
Reitzes, 273
Relación(es), 4
abierta y honrada, 360
cambiantes, 78
carente de conflictos, 421
cargadas de estrés, 483
con los cercanos, 338
con los demás, 45
cooperativas de status equivalente, 297
de otros, 141
dolorosa, 377
duraderas, 376
emocionales, 141
entre actitudes y acciones, 95
entre actitudes y comportamiento, 96
entre comportamiento y actitudes, 169
entre economía y bienestar psicológico, 541
entre las actitudes y la enfermedad, 476
entre religión y prejuicio racial, 272
equitativa a largo plazo, 370
estrechas, 483
gratificante, 343
inequitativa, 370
infelices, 378
interraciales, 98, 437
que florecen, 371
románticas que se forman en línea, 374
sociables y profundas, 371
sociales, 7, 30, 33, 374, 471
sostenidas, 388
Relación(es) cercana(s), 338, 377
predicen la salud, 483
y alentadoras, 540
y de apoyo, 483
y duraderas, 379
y satisfactorias, 536
Religiosidad
elevada, 540
extrínseca, 272
intrínseca, 272
Rempel, 368, 371
Renaud, Harold, 463
Renshon, Jonathan, 432
Repetición
de una afirmación, 204
del mensaje, 210
Repetir frases positivas, 44
Represalias autocráticas, 457
Representaciones
brutales y deshumanizantes, 334
racistas y sexistas, 334
sociales, 9
Representatividad, 67
Reproducción, 131
Research Associates of Bridgeport, 168
Resiliencia, 44
Resistencia
a la ciencia del clima, 525
al lavado de cerebros, 215
Resistirse, 291
a los anuncios engañosos, 215
Respeto
a las normas sociales, 180
hacia la naturaleza, 543
Respondemos a aquellas personas que nos agradan, 194
Responsabilidad
corporativa, 511
de la acción, 401
personal, 511
social, 416
Respuesta(s)
a los estímulos sexuales, 146
al estrés, 142
comprensivas, 44
conductuales, 124
emocionales, 124
mecánicas adaptativas, 99
objetiva correcta, 516
parental, 369
reflejas carentes de sesgos, 280
sesgadas reflejas, 280
sociales, 367
vinculadas con las atribuciones, 389
Restaurar una autoimagen alterada, 385
Restricciones en la empatía pública, 414
Resultados
de la sugestión, 157
de nuestro pensamiento, 40
de salud, 484
del cambio climático, 523
del ciberacoso, 299
del liderazgo transformador, 254
Retirar los privilegios, 333
Retrospección, 128
color de rosa, 78
facilona, 14
Reubicación masiva de pueblos, 523
Reuniones grupales, 247
Revelaciones personales, 485
Reysen, 184
Rhodes, 282, 353, 354
Rhodewalt, 54, 479
Rholes, 85, 103
Rice, 48, 403
Richards, 291
Richardson, 46, 75
Richeson, 280
Richeson, Jennifer, 439
Ridge, Robert, 91
Riek, 290
Riesgo(s)
de depresión, 338
de divorcio, 376
de enfermedad, 485
de violencia en los hogares, 315
sociales, 146
Riess, 56

Rietzschel, 247
Riggs, 54
Rijnbout, 251
Rinderu, 524
Ringelmann, Max, 224
Riordan, 48, 361
Risen, 69, 286
Ritov, 396
Rituales políticos, 106
Riva, 178, 340
Rivalidad convertida en unidad, 444
Rivera, 280
Robberson, 198
Roberts, 68
Robertson, 319, 402
Robertson, Ian, 131
Robins, 44, 51, 81
Robinson, 51, 303, 334, 470
Robles, 484, 488
Robles, Theodore, 484
Robnett, 143
Robo, 320
Robustelli, Stacy, 88
Roccas, 180
Rockefeller, John D., 9
Rochat, 170
Rochefoucauld, 361
Rodeheffer, 326
Rodenhizer, 316
Rodin, Judith, 400
Roehling, 258
Roese, 12, 69, 70, 118
Rogers, 198
Rogers, Carl, 186, 372
Rogers, Ronald, 231
Roggman, 353
Rohrer, 157
Rol(es), 102
  artificial, 103
  de liderazgo, 145
  de género, 138
  laborales actuales, 151
  ocupacionales, 259
  sociales, 102, 181
Roles de género, 125, 265
  atípicos, 125
  progresivos, 139
Role-playing. Véase Interpretación de roles
Romer, 408
Romper
  con ciclos negativos, 479
  con la norma del prejuicio, 447
  la unanimidad del grupo, 174
Rompimiento
  de relaciones, 377
  doloroso, 377
Ronay, 65
Rook, 472
Roosevelt, Eleanor, 9
Roosevelt, Franklin D., 16
Rooth, 98, 264
Rose, 141
Rose, Terrence, 286
Rosenbaum, 357, 469
Rosenberg, 18, 173
Rosenblatt, 358
Rosenfeld, 116
Rosengan, 415
Rosenhan, David, 386, 462
Rosenthal, 46, 89, 90, 529
Rosenthal, Robert, 87
Ross, 48, 76, 78, 79, 82, 84, 85
Ross, Lee, 75, 76, 82, 92, 93, 162
Ross, Michael, 38, 48, 73, 79, 272
Rossander, Michael, 161
Rossi, 143
Rossiter, 192
Roszell, Patricia, 351
Rotenberg, 91
Rotge, 340
Rothbart, 282, 295
Rothbart, Myron, 285
Rothman, 475
Rotton, 312, 313
Rotundo, 80
Rousseau, Jean-Jacques, 301
Rowe, 303
Rowe, David, 25
Roy, 39
Rubel, 145, 288
Ruben, 51
Rubin, 144, 378
Rubin, Jeffrey, 309
Rubin, Zick, 363
Ruble, 117
Rucher, 108
Rudman, 267, 525
Rudolph, 141
Rudoph, Udo, 389
Rueda(s) de reconocimiento, 494, 501, 508
Ruggieri, 141
Ruiter, 198, 410
Rule, 62, 312, 354, 505
rumiación inducida por el estrés, 470
Rupp, 147
Rusbult, 355, 357, 378
Rusbult, Caryl, 378
Rushton, 303, 391, 403, 407
Russell, 162, 332
Russell, Bertrand, 347
Russo, 510
Ruta(s)
  central del pensamiento sistemático, 210
  de la persuasión, 189, 190, 210
  para llegar a estilos de vida sostenibles, 528
  periférica de las señales heurísticas, 210
Ruva, 508
Ryan, 115, 117, 339, 383
Ryan, Paul, 303
Ryan, Richard, 535
Rydell, 292
Ryff, 51, 483

S

Saad, 109, 188, 525
Sabiduría
  biológica, 6, 355
  de las multitudes, 248
  de los grupos, 248
  evolutiva, 128
  popular, 14
Sabini, 171
Sacks, Colin, 470
Sacrificio personal, 391
Sachdeva, 385
Sadler, 264
Safer, 79, 502
Sagarin, 52
Sagarin, Brad, 212
Sageman, 238
Sagioglou, 308
Said, 354
Saitta, Martha, 144
Saks, 504, 516
Saks, Michael, 511, 516
Saleem, 274, 325
Salganik, 241
Salman, 507
Salmivalli, 301, 329
Salomon, 198
Salovey, 73, 198, 386, 469, 475
Salovey, Peter, 198
Salud
  mental, 10, 368, 523
  social, 523, 530
Salvatore, 368
Samela-Aro, 44
Sampson, Edward, 430
Sanchez, 271, 326
Sande, 85
Sanders, 247
Sanders, Bernie, 207
Sanders, Glenn, 222
Sanderson, 372
Sanderson, Everett, 385
Sandsmark, 539
Sani, 276
Sanislow, 469
Sanitioso, 53
Sanna, 70
Santaella-Tenorio, 315
Santos, 33, 275
Sanz, 125
Sapadin, 144
Sapolsky, 486
Sapolsky, Robert, 487
Sarasota Herald-Tribune, 506
Sarnoff, 379
Sartre, Jean Paul, 1, 483
Sasaki, 33
Sasaki, Stacey, 287, 449
Sassenberg, 69, 275
Satisfacción(es)
  con la vida, 542
  de las propias necesidades, 534
  económica, 533
  humana, 355
  perdurable, 376
  por dominio, 542
  profesional, 464
  sostenida, 379
Satisfacer necesidades humanas, 218
Saucier, 75, 136, 271, 406
Sauer, 494, 500
Sauerland, 494
Savani, 57
Savitsky, 28, 50, 70
Savitsky, Kenneth, 29, 399
Sax, 266
Sbarra, 477, 484
Scalia, 326
Scoboria, 77
Scott, 527
Scott, Jacqueline, 208
Scott, Robert Falcon, 252
Schachter, 178
Schachter, Stanley, 313, 364
Schafer, Robert, 371
Schaffner, 347
Schaffner, Paul, 72
Schaller, 181
Schaller, Mark, 395
Scheier, 100, 472
Schein, Edgar, 106
Scher, 54
Schersching, 507
Schiavo, 221
Schiffenbauer, 221
Schiller, Robert, 88
Schimel, 279
Schimmack, 33
Schindler, Oskar, 417

Schirmer, 412
Schkade, 39, 236
Schkade, David, 40, 235, 515
Schlenker, 56
Schlenker, Barry, 473
Schlesinger, Arthur, 11, 242, 250
Schmader, 293
Schmeltz, 394
Schmiege, Sarah, 161
Schmitt, 47, 146, 147, 269, 369
Schmitt, Davic, 151
Schnall, 114, 403
Schneider, 388, 475
Schoeneman, 33
Scholl, 69
Schroeder, 50, 206, 227, 350, 395
Schroeder, David, 413
Schuh, Eric, 265
Schultz, 529
Schultz-Hardt, 245, 246
Schuman, 17, 409
Schuman, Howard, 208
Schupp, 358
Schuster, 228
Schwartz, 142, 145, 388, 402, 502
Schwartz, Barry, 116
Schwartz, Mark, 386
Schwarz, 61, 72, 204
Schweers, 143
Schwen, 98
Schwinger, 54
Seabright, 141
Searcy, Tom, 184
Searle, 126
Sears, 75, 210, 275
Sears, David, 207
Secuelas mentales de nuestro comportamiento, 102
Secuencia de eventos, 21
Sedikides, 47, 48, 53, 282
Segal, 106, 391
Segal-Caspi, 350, 352
Segall, Marshall, 147
Segerstrom, 51, 477, 478
Segregación, 436
  autoimpuesta, 437
  informal, 439
Segunda Guerra Mundial, 2, 11
Seibt, 293
Sejnowski, 149
Selby, 505
Selección(es)
  científica de jurados, 511
  de grupo, 390, 392
  de parentesco, 390
  musicales, 343
  natural, 6, 123, 128, 129, 392
Seligman, 476
Seligman, Martin, 20, 470, 477
Semejanza(s), 405
semejanzas biológicas de los humanos, 123
  conduce al agrado, 505
  conductual, 356
  de géneros, 140
  del endogrupo, 404
  entre culturas, 139
  genera agrado, 356
  percibida, 356
  provoca la ayuda, 404
  racial, 406
  verdadera, 356
Semillas de las percepciones erróneas, 430
Sen, 193
Senado de Estados Unidos, 13
Sendén, 48
Sensación(es)
  de autonomía, 540
  de bienestar, 339, 540
  de control, 165, 535
  de empoderamiento, 71
  de predictibilidad, 71
  de soledad, 471
  físicas, 61
  placenteras, 44
Sensibilidad, 408
  a la diversidad, 259
  moral, 104
  neural a la estimulación agresiva, 304
  racial, 263
Sensibilización al altruismo, 415, 417
Senter, 261
Sentido común, 11, 52, 14
sentido de bondad, 117
sentido de competencia personal, 117
sentido de nosotros mismos, 30
sentido de "nostridad", 276
sentido de quienes somos, 529
sentido de responsabilidad hacia el mundo, 539
sentido del yo, 30, 31
sentido moral, 122
Sentimiento(s), 96, 258
  agresivos, 324, 326
  de amor y cariño de los padres, 46
  de autoeficacia, 46
  de culpa, 462
  de enojo, 307
  de odio, 95
  de piedad, 395
  de responsabilidad, 418, 427
  de suerte, 70
  de superioridad, 46, 271
  instantáneos, 346
  positivos, 118, 197
  superan a las fórmulas, 461
Sentirnos apoyados por relaciones cercanas, 339
Sentirse conectados con otros, 535
Sentyrz, 232
Señal(es)
  agresivas, 314
  de amistad, 370
  de un matrimonio exitoso, 370
  del éxito reproductivo, 354
  no verbal de acuerdo, 115
  para la agresión, 315
  periféricas, 206, 210
  sociales, 375
Separar la realidad de la ilusión, 94
Sequías, 523
Ser
  franco con nosotros, 372
  perfectamente promedio, 353
  verdaderamente atractivo, 353
Serrano, 177
Servicios de citas en línea, 350
Sesgados para ver el propio sesgo, 48
Sesgar
  la percepción, 264
  la reacción, 264
  los juicios, 435
Sesgo(s)
  a favor del grupo, 287
  arbitral, 221
  biológico hacia el interés personal, 392
  cognitivo, 93, 247
  de atribución hostil, 324
  de beneficio propio, 87
  de confianza, 66
  de confirmación, 65, 463, 518
  de edad propia, 282
  de exceso de confianza, 461
  de impacto, 40
  de la perspectiva de la cámara, 84
  de mi lado, 432
  de pensamiento, 86, 92
  de raza propia, 282
  de semejanza, 405
  del experimentador, 87
  del falso consenso, 357
  en beneficio propio, 47, 93, 163, 185, 240, 308, 345, 371, 430, 455, 461
  en diferentes comportamientos, 263
  en interés propio, 454
  en la explicación del comportamiento de otras personas, 84
  en la manera en que nos percibimos, 75
  endogrupal, 277, 430, 443
  hacia el lado contrario, 258
  hacia la misma raza, 405
  humano, 48
  implícitos, 98, 260
  locales de hoy, 525
  natural a favor del endogrupo, 415
  natural de confirmación, 501, 526
  negativo, 290
  partidistas, 204
  por el tiempo y las relaciones, 79
  positivo, 360
  racial en juicios, 506
  retrospectivo, 12, 128
  sistemáticos en el juicio, 93
Sesiones informativas, 24
Sevelius, 125
Severding, Monika, 162
Sexismo, 260
  benevolente, 266
    condescendiente, 270
  hostil, 266, 270
  institucional, 260
  negativo, 266
Sexo, 124
  débil y amable, 149
  fuerte, 149
Sexualidad irrestricta, 146
Shackelford, 349
Shaffer, 372
Shah, 66
Shakya, 487
Shapiro, 278, 290
Shariff, 60, 409
Sharot, 112
Sharpe, 24
Shaver, 368, 372, 377
Shaver, Phillip, 279, 368
Shaw, 497, 498
Shaw, George Bernard, 273
Shaw, Martin, 218
Shayo, 506

Sheatsley, 106, 261
Sheehan, 350
Sheese, 325
Sheldon, 339, 535
Sheldon, Kennon, 535
Shelton, Nicole, 439
Shell, 388
Shen, 388
Sheppard, Blair, 497
Shepperd, 32, 50, 54, 65, 473
Sherif, Muzafer, 156, 428
Sherman, 35, 68, 268, 281, 284, 285, 293, 472
Sherman, David, 295
Shermer, Michael, 445
Shih, Margaret, 293
Shin, 133
Shipman, 123
Short, 310
Shostak, 366
Shotland, Lance, 400
Shovar, 56
Showers, 51
Shrauger, 51, 360
Shriver, 282
Shteynberg, 234
Shutts, 262
Sias, 344
Sibley, 289
Sidanius, 145
Sidanius, Jim, 270
Siegel, 315, 522
Siegelman, 209
Siegers, 411
siembra de ventas, 205
Sigall, 361
Significado intrínseco del trabajo, 116
Sigurdson, 299
Silk, 391
Silke, Andrew, 231
Silva, 158
Silver, 48, 171, 208, 277
Silver, Spencer, 251
Silverman, 292
Silvia, 175
Similaridad entre hombres y mujeres, 140
Similitud de actitudes, 359
Simmons, 288
Simon, 17, 250
Simon, Herbert, 93
Simonsohn, Uri, 345
Simonton, Dean Keith, 254
Simpatía, 270
Simplificaciones para juzgar a otros grupos, 284
Simpson, 162, 368, 369, 377
Simpson, Jeffry, 355
Simulación mental, 69
Sinclair, 271
Sincronía de movimientos, 453
Sincronización del comportamiento, 159
Síndrome
  de muerte súbita del lactante, 464
  de Williams, 275
  del corazón roto, 485
Singer, 144, 209, 483
Singer, Jerome, 313, 364
Singh, 126, 253, 354, 357, 366
Singularidad, 184, 283
Síntesis comunitaria, 456
Síntoma(s)
  de depresión, 377
  del pensamiento grupal, 242, 430
Sintonizados con las expectativas de los demás, 408
Sistema(s)
  cerebral 1, 60
  cerebral 2, 60
  cerebrales responsables del pensamiento social, 62
  cognitivos, 64
  de actitud dual, 41, 260
  de memoria del ser humano, 60
  de recompensa del cerebro, 340
  social, 159
Sitios
  de redes sociales, 142
  interactivos, 204
Sittser, 70
Situación(es)
  de ganar-perder, 429
  frustrante, 313
  insultante, 313
  poderosamente malévolas, 5
  que combinan habilidades y azar, 48
  que provocan generosidad y compasión, 5
  social, 5
Sivarajasingam, 306
Six, 99
Skaalvik, 20
Skitka, 83, 85, 275, 357, 389
Skowronski, 221
Skywalkwer, Luke, 186
Slatcher, Richard, 373
Slater, 165
Slavin, Robert, 445, 447
Slepian, 61
Sloan, 288
Slopen, 477
Slotter, 30, 373, 377
Slovic, 12, 92, 414
Smalarz, 494, 499
Smedley, 261
Smelser, 238
Smidt, 237
Smidts, 192
Smith, 2, 9, 31, 161, 167, 180, 193, 229, 235, 260, 279, 474, 481, 483, 510
Smith, Adam, 51, 425
Smith, H., 227
Smith, Peter, 253
Smith, Vicki, 508
Smoreda, 141
Snell, 344
Snibbe, 486
Snodgrass, 472
Snyder, 49, 56, 91, 184, 474
Snyder, Mark, 91, 100, 390, 412, 463
Sobre el origen de las especies, 129
Sobrecarga sensorial, 401
Sobreestimar
  conocimiento e inteligencia, 83
  las primeras impresiones, 78
Sobregeneralización, 259
Sobrepersonalizar las situaciones, 473
Sobrepeso corporal, 352
Sobrevaluación de nuestra capacidad cognitiva, 465
Sobrevivencia
  de la especie, 367
  genética, 128
Sociables, 352
Socialización
  de género, 138
  de terroristas y torturadores, 107
  familiar, 271
  infantil, 150
Socializar el altruismo, 414
Socialmente sofisticados, 352
Sociedad(es)
  global, 539, 543
  más individualistas, 36
  opulenta, 534
Sociología, 2
Sofer, 346
Solano, 371
Solberg, 308
Soledad, 44, 460, 471, 479, 480
Solidaridad
  comunal, 443
  endogrupal, 442
  social, 443
Solnick, 31, 305
Solomon, 412
Solución(es)
  de compromiso, 451
  de conflictos, 333
  de problemas, 181, 248, 432
Somaiya, 229
Sommers, 506, 514
Sommerville, 31
Song, 472
Sonne, Jannet, 481
Soral, Wiktor, 273
Sorhagen, 89
Sorokowska, 134
Sorokowski, 354
Sospechoso confiesa, 497
Sospechosos de terrorismo no cooperativos, 495
Southern Poverty Law Center, 273
Sowislo, 44, 467
Sparkman, 415
Sparrell, 51
Spears, 52
Spears, Russell, 231
Spector, 252
Speer, Albert, 244
Spence, 23, 98
Spencer, 280
Spencer, Steven, 292, 294
Speth, James Gustave, 529
Spielmann, 377
Spisak, 145
Spitz, 89
Spitzberg, 472
Spivak, 227
Sporer, 193, 282, 494
Sprecher, 366, 367, 372
Sraub, 414
Srivastava, 91
Stack, 160, 504
Stadler, 312
Stahelski, 90
Stajkovic, 46
Stalder, 398
Stanford School of Business, 205
Stanley, 23, 98
Stanovich, 92
Stanton, 306
Stark, 209
Starks, 368
Stasser, 239, 514
Staub, 170, 276, 328, 395, 416
Staub, Ervin, 170, 402, 417, 431

Stavrova, 411
Steblay, 392, 494, 499, 501, 508
Steele, 32, 117, 118, 292
Steele, Claude, 291, 292, 294
Steen, 468
Steers, 32, 537
Stefan, 71
Steffen, 409
Stegall, 323
Stein, 195
Stein, Aletha, 416
Steinhauer, 18
Stelter, 230
Stellar, 408
Stenseng, 340
Stephan, 506
Stephan, Walter, 436
Stephens, Nicole, 181
Stephens-Davidowitz, Seth, 38, 259, 267
Steptoe, 476
Sternberg, 298, 368
Sternberg, Robert, 362, 379
Stewart-Williams, 391
Stiles, 469
Stinson, 91, 502
Stinson, Danu, 472
Stiwne, 245
Stockdale, 319
Stocks, 395
Stok, 184
Stokes, 526
Stoltenberg, 482
Stone, 72, 302, 303, 377, 542
Stone, Jeff, 292
Stoner, James, 233
Storms, 221
Storr, 340
Stouffer, 308
Stout, 274
Stowell, 176
Strack, 62, 159, 469
Strasser, 198
Straus, 310
Strauss, Levi, 132
Straw, Margaret, 400
Strenta, Angelo, 284
Strick, 194
Strick, Madelijn, 197
Stroebe, 219, 247
Stroessner, 281
Strong, 478
Strong, Stanley, 482
Stroud, 282
Stroufe, 390
Strube, 219
Stulp, 150
Subagrupamiento, 291
Subcultura violenta de las pandillas adolescentes, 310
Subestimación de la fuerza del enemigo, 433
Subestimar
  informes sobre malas conductas, 79
  las primeras impresiones, 78
Subgrupos, 291
Subproducto de los atajos mentales, 93
Subramanian, 267
Subtipificación, 290
Subtipos, 291
Suceso(s)
  climático extremo, 523
  ficticio, 496
  medianamente agradables, 78
  negativos, 40, 359
  positivos rutinarios, 359
  que pasan inadvertidos, 61
Sueño de los publicistas, 214
Sufrimiento humano, 133
Sufrir un
  ataque, 313
  insulto, 313
Sugden, 282
Sugestión, 159
Sugimori, 250
Suicidio, 160
Suls, 32, 50
Sullivan, 133
Summers, 288
Sun, 316
Sundie, 126
Sunstein, 234, 237, 245
Sunstein, Cass, 235, 515
Superación personal, 33, 44
Supervivencia, 131
  de los genes, 390
Suposición de crianza, 134
Suposiciones sobre el actuar de los demás, 82
Supresión del sistema inmunitario, 483
Surowiecki, James, 248
Sussman, 182
Sustancias químicas en la sangre, 304
Susukida, 475
Sutton, 288
Sutton, David, 180
Svenson, 49
Swami, 258
Swann, 42, 44, 53, 276, 372
Swann, Willian, 66, 100, 360, 378, 463
Swanson, Jeffrey, 303
Swap, 346
Sweeney, 468
Sweeney, John, 225
Sweeny, 109
Swift, Jonathan, 185
Swim, 140, 170, 284, 528
Swim, Janet, 265, 266, 529
Symons, 148
Symons, Donald, 147
Szymkow, 61

T

t´Hart, 245
Táctica de empieza en pequeño y ve aumentando, 107
Tafarodi, 36
Tajfel, 8, 277
Tajfel, Henri, 251, 276
Takada, 514
Takahashi, 363
Tálamo, 62
Talhelm, 33
Tamres, 141
Tang, 116, 210
Tankard, 274
Tanke, 517
Tannenbaum, Melanie, 198
Tanner, 159
Tapp, 517
Tareas
  aditivas, 224
  desafiantes, 227
  sociales, 124
Tarifas de congestionamiento, 529
Tarrant, 391
Tasa(s)
  altas de depresión, 538
  altas de insatisfacción y enfermedad mental, 538
  de crecimiento de la población mundial, 528
  de criminalidad, 335
  de divorcio de una cultura, 376
  de respuesta a las encuestas telefónicas, 16
  de robo mayor, 308
Taub, 271
Tavris, Carol, 109
Tay, 533, 534
Tayeb, Monir, 253
Taykir, 469
Taylor, 32, 51, 73, 97, 106, 304, 366, 485
Taylor, D., 371
Taylor, S. E., 282, 283
Técnica(s)
  coercitivas, 481
  correlacionales avanzadas, 21
  de la bola baja, 200
  de la puerta en la cara, 200
  de mejoramiento de recuerdos, 497
  de persuasión, 199
  de recaudación de fondos, 199
  de resolución de conflictos, 333
  de rompecabezas, 446
  de ventas, 199
  psicoterapéuticas, 479
  que reducen el sesgo de confianza excesivo, 66
Tecnologías futuras probables, 528
Tedeschi, 108
Teigen, 50, 70
Teigen, Karl, 13
Tejido social de la cultura, 457
Telenovelas mexicanas, 123
Tellegen, Auke, 343
Temor(es), 4
  a la muerte, 43
  al costo de la terminación, 376
  al fracaso, 54
  Tendencia(s)
  a la autojustificación, 430
  a la conducta, 258
  agresivas individuales, 330
  antisociales, 328
  de la mente a construir recuerdos, 77
  de propensión al error, 498
  del comportamiento, 96
Tener amigos es conveniente, 391
Tenney, 494
Tennov, 386
Tensión marital, 485
Teob, 357
Teoría(s), 15
  bifactorial de las emociones, 364
  de frustración-agresión, 306, 307
  de la agresión basadas en el instinto y la frustración, 308
  de la atracción, 361
  de la atribución, 80, 81
  de la autoafirmación, 117
  de la autopercepción, 107, 113, 117

de la autopresentación, 107, 117, 473
de la comparación social, 239, 240
de la disonancia, 117
cognitiva, 107
de la evolución, 15
de la facilitación social, 222
de la gestión del terror, 279
de la holgazanería social, 247
de la identidad social, 276
de la reactancia psicológica, 183
de las recompensas, 361
del aprendizaje social de la agresión, 309
del comportamiento planeado, 99
del conflicto de grupo realista, 275
del intercambio social, 382, 383
del manejo del terror, 43
eficaz, 393
evolutiva de la actualidad, 128
psicológicas de la agresión, 306
sobre la ayuda, 382
sobre la socialización, 168
Teórico(s)
de la atribución, 84
de la autopercepción, 117
de los roles, 181
Terapia de
escritura, 485
estilo explicativo, 480
Tercero mediador, 450
Terenzini, 236
Tergiversación de la realidad, 259
Terrorismo, 300, 431
Terroristas, 44
suicidas, 146
Tesch, 32
Tesser, 42, 103, 239, 277
Test, 403
Test de Asociación Implícita, 97, 98, 260, 263
Testa, 125, 304
Testigos
adultos jóvenes, 494
confiados, 494
hacen más identificaciones erradas, 497
infantiles, 494
Testimonio(s)
errado, 493, 494
personales, 493
presencial, 492, 494
Testosterona, 7, 127, 305, 306
Tetlock, 103, 264, 389, 433
Tetlock, Philip, 245, 432
Thakar, 366
Thaler, 18
Thatcher, Margaret, 309
Theiss, 89
Thelwall, 373
Thomas, 221, 235, 321
Thompson, 142, 195, 279, 517
Thompson, Leigh, 78
Thompson, William, 386
Thomson, 142, 469
Thorne, 473
Thornhill, 354
Thornton, 355
Tideman, Sander, 541
Tidwell, 147, 356
Tiedens, 145
Tieney, 57
Tierney, John, 20, 57
Tiffert, 144
Tiihonen, 304
Tilcsik, 268
Timberlake, Justin, 34
Time, 17
Timidez, 472, 480
Timmerman, 307
Tipos de
apego inseguro, 368
comportamiento prosocial, 392
prejuicio, 257
Titus, 220
Toburen, 409
Today Show, 160
Todorov, 81, 354
Todorov, Alexander, 349
Tolstoi, León, 352, 355
Toma de riesgos, 146, 233
Tomar en cuenta la información contradictoria, 66
Tomasello, 218, 394
Tompson, 262
Toner, 271
Topolinski, 114
Toque de realismo, 51
Tormala, 194
Toro-Morn, 366
Toronto News, 48
Totterdell, Peter, 159
Towers, Sherry, 160
Towles, 98
Townsend, 98
Towson, 505
Trabajo
a distancia, 374, 528
en parejas, 247
individual, 247
Tracy, 279
Tradiciones culturales, 136
Tragedia de los comunes, 423
Tragedias griegas, 123
Traiciones, 318
Trail, 115
Trampa social, 422, 425, 434
Transacciones bursátiles de los hombres, 146
Transgénero, 125
Transición de puños cerrados a brazos abiertos, 435
Transmisión de
creencias falsas, 157
información e innovación, 131
Transparencia de los sentimientos, 438
Trascender al yo, 30
Trastorno(s)
conversivo, 160
de conducta antisocial, 303
de la conducta alimentaria, 43, 44
de personalidad antisocial, 319
del deseo sexual hipoactivo, 461
dismórfico corporal, 461
oposicionista desafiante, 461
orgásmico, 461
Tratarnos con gentileza, 43
Trato
personal, 412
que recibe de otros, 352
Traumas, 359
Travis, 219
Trawalter, 280
Trew, 479
Triada oscura de rasgos negativos, 45
Triandis, 33, 36, 97, 133, 366, 376
Tribus con mentalidad común, 237
TripAdvisor.com, 201
Triplett, Norman, 218
Trivedi, 136
Trivers, Robert, 391
Trolier, 71
Tromholt, 32
Tropp, 263
Trost, 250, 367
Trump, Donald, 17, 192, 204, 207, 273, 433
Tsang, 171
Turner, 8, 54, 242, 245, 276, 318, 388
Turner, John, 276
Turner, Marlene, 447
Turowetz, 165
Tutu, Desmond, 186
Tversky, 71
Tversky, Amos, 64, 67, 247, 248
Twain, Mark, 14, 367
Twenge, 5, 20, 34, 50, 139, 150, 163, 188, 208, 236, 338, 339, 340, 472, 487, 532
Ty, 385
Tykocinski, 259
Tyler, 56, 108, 414
Tzeng, 376

U

Uchino, 484, 485
Ugwuegbu, 505
Uleman, James, 81
Unger, 9, 383
Unidad y confianza con la pareja, 372
Universidad Bowdoin, 72
Universidad Carnegie Mellon, 78
Universidad de Alberta, 115
Universidad de Arizona, 104
Universidad de California en Berkeley, 271
Universidad de California en Santa Bárbara, 196
Universidad de Carolina del Norte, 193
Universidad de Leicester, 13
Universidad de Maryland, 158
Universidad de Massachusetts, 170
Universidad de Michigan, 173
Universidad de Minnesota, 91, 100, 112
Universidad de Nueva York, 81
Universidad de Oregón, 66
Universidad de Pittsburgh, 251
Universidad de Stanford, 83, 196
Universidad de Texas, 5, 66
Universidad de Varsovia, 273
Universidad de Washington, 100, 118
Universidad de Waterloo, 48, 79, 90
Universidad Duke, 54, 82
Universidad Emory, 179
Universidad Estatal de Arizona, 200

Universidad Estatal de Pensilvania, 170, 265
Universidad Hebrea de Jerusalén, 248
Universidad Lund, 113
Universidad Northwestern, 157
Universidad Purdue, 184
Universidad Rutgers, 173
Universidad Yale, 162, 168, 185
Unkelbach, 73, 221
Unkelbach, Christian, 162
Unsworth, 326
Updegraff, 198
Uso de
  comunicadores confiables, 526
  drogas y alcohol, 43
  Facebook, 472
  la intuición clínica, 466
  lenguaje en Facebook, 142
  videojuegos violentos aumenta la agresión, 324
Utopía desclasada de igualdad social, 379
Uysal, 371

V

Väänänen, 485
Vaillant, 484
Vaillant, George, 78, 476
Vala, 281
Valdesolo, 96
Valentine, 494, 500
Valor(es), 76
  como objetos de análisis de la psicología social, 8
  compartidos, 366
  de la sexualidad femenina, 147
  ecológicos por defecto, 527
  influyen en el tipo de personas, 8
  influyen en los temas de investigación, 8
  intrínsecos, 535
  materialistas, 536
  extrínsecos, 539
  personales, 10
  políticos, 526
  postmaterialistas, 539
  sociales positivos, 383
Valores ocultos, 10
dentro de la psicología científica, 518
en las definiciones culturales, 10
Valoraciones negativas, 259
Vallacher, 343
Vallone, Robert, 64, 75
van Baaren, Rick, 159, 356
Van Bavel, 6, 282
Van de Vliert, 523
van der Linden, Sander, 213
van der Pligt, Joop, 17
Van der Velde, 159
van Dijk, 40, 43
van Emmerick, 485
Van Hemmen, 127
van Schaik, 159
van Straaten, 349
Van Tongeren, 271
van Veluw, 31
Van Vugt, 145, 383
Van Yperen, 370
Vanable, 473
VanDellen, 43
Vandello, 33, 145, 310
Vandello, Joseph, 145
Vander Ven, 306
Vanderslice, 252
Vargas, 178
Variable
  de control, 21
  dependiente, 22
  independientes, 22
Variación(es)
  climáticas temporales, 312
  cultural(es), 129, 133
  del acatamiento, 156
  en rasgos de personalidad, 134
  genética, 130
Varnum, 161, 181, 33, 34
Vartanian, 162
Vasquez, Eduardo, 307
Västfjäll, 414
Vatiné, 166
Vedantam, 59
Veitch, 312
Venganza, 324
Ventaja(s)
  de la investigación correlacional, 19
  de los experimentos por encima de los estudios correlacionales, 21
  del equipo de casa, 220
Ventis, 272
Ver
  a las personas como menos humanas, 326
  correlaciones donde no existen, 70
  violencia aumenta la violencia, 321
  violencia desinhibe, 321
Verdad(es)
  de la autoeficacia, 58
  del sesgo en beneficio propio, 58
  es un constructo social, 518
  falsas, 237
Verdadera amistad, 372
Verdadero amigo, 360
Veredicto unánime, 516
Verhulst, Brad, 174
Verificar nuestros conceptos, 53
Verkuyten, 192, 277
Verplanken, 190
Vescio, Theresa, 270
Vestir de manera no conformista, 184
Veysey, Bonita, 236
Víctimas
  de infarto, 474
  de las circunstancias, 389
  inocentes, 166
Videojuegos, 323
  educativos, 327
  más realistas, 326
  menos realistas, 326
  neutrales, 325
  prosociales, 325, 327, 416
  violentos, 323, 327
Videos virales, 204
Vidmar, 497, 517
Vidmar, Neil, 497
Vignoles, 342
Viken, 71
Vilnai, 144
Vincular sentimientos positivos con mensaje, 197
Vínculo(s)
  de influencia del grupo parental, 136
  entre apoyo social y salud, 485
  entre narcisismo y relaciones sociales problemáticas, 45
Vinokur, 239
Vinsel, 134
Violación(es), 80, 128, 299
Violencia
  con armas de fuego, 160
  de pandillas, 128
  en los medios, 334
  en los videojuegos, 327
  engendra violencia, 310
  inspirada por la televisión, 318
  mediática, 321
  sexual, 316
Virtanen, 282
Visher, 504
Visibilidad, 439
Visintainer, 476
Visión
  ciega, 63
  convincente de la situación deseada, 254
  del mundo individualista occidental, 85
Visser, 215
Visualización, 497
Vitelli, 23
Vivir en
  familia, 123
  grupos comunitarios, 123
Vogue, 77
Vohs, 12, 147, 535
Vohs, Kathleen, 147, 359
Voigt, 263
Voluntariado beneficia la moral y la salud, 383
Volver identificable el desempeño individual, 226
Vollmer, 303
Vollrath, 516
von Hippel, 68, 280
Vonn, Lindsay, 69
Vonnegut, Kurt, 278
Vorauer, 44, 240, 284
Vorauer, Jacquie, 287, 438, 449
Voss, 264
Vrij, 495
Vukasović, 134
Vul, Edward, 249
Vulnerables al exceso de confianza, 511

W

Wade, 148, 496
Wadsworth, 32
Wagner, 259, 299
Wagner, Gernot, 529
Wagstaff, 85
Waldman, 304
Walinsky, 335
Walker, 205, 263, 282, 407
Walster, 347, 350, 358
Walster, William, 361
Walters, 310
Walters, Richard, 320
Walther, 190
Walton, 293, 415
Walum, 367, 369
Wall Street, 134
Wallace, 99, 497
Wallbom, 232
Wallbom, Mark, 100
Wallen, 147
Wallenberg, Raoul, 417
Waller, 104, 178
Waller, James, 171
Wan, 282

Wang, 31, 47, 177, 532, 535
Wangchuk, Jigme Singye, 541
Wänke, 346
Ward, 287
Ward, Willian, 70
Wareham, 340
Warnick, 247
Warr, Peter, 483
Washington, 369
Watchtler, Joel, 251
Waters, 51, 513
Watkins, 141, 469
Watson, 85, 358
Watson, James, 247
Watson, Robert, 230
Watt, 49, 52, 338
Wearing, 49
Weary, 56
Weaver, 321
Weaver, James, 320
Web oscura, 238
Webb, 62
Weber, 500
Webster, 250, 505
Weeks, 395
Wegener, 202
Wegner, 279, 473
Wehbe, 183
Weichselbaumer, 268
Weiner, 80, 85, 97, 307, 389
Weinstein, 383
Weinstein, Neil, 50
Weischelbaum, 383
Weiss, 327
Welch, 169
Welker, 371
Welter, 270
Welzel, Christian, 131
Wells, 221, 492, 493, 497, 498, 499, 501
Wells, Gary, 115, 494, 498
Wenzelburger, 268
Wenzlaff, 358
Werner, 512
Werner, Carol, 201
Wertheim, 220
Wesselmann, 339
West, 92, 275, 390
Westwood, 237
Weyant, James, 413
Whang, 476
Whatley, 388
Wheeler, 32, 350
Whitaker, 326
Whitchurch, 32, 49
White, 36, 146, 364, 367, 408, 508
White, Gregory, 349
White, Mark, 273
White, Ralph K., 433
Whitechurch, 359
Whitehead, Alfred North, 100
Whitley, 493
Whitson, 71
Wicker, Allan, 96
Wicklund, 385
Widom, 310
Wiebe, 315
Wiegman, 192
Wiesel, 381
Wieselquist, 370
Wike, 258
Wilberforce, William, 273
Wilder, 278, 282, 290
Wilder, David, 173, 278
Wilford, 129
Wilk, 227
Wilkes, 301
Wilkinson, 486, 538
Wilkison, 391
Wilkowski, 303
Wilson, 39, 238, 259, 303, 318, 392, 397, 408, 475, 505, 536
Wilson Anne, 48
Wilson, E. O., 391, 543
Wilson, Glenn, 126
Wilson, Sandra Jo, 333
Wilson, Timothy, 40
Wiltze, 248
Willard, 44
Willems, 346
Willer, 199
Williams, 78, 117, 145, 198, 201, 225, 227, 286, 340
Williams, Elanor, 50
Williams, John, 145, 265
Williams, Kevin, 45
Williams, Kipling, 224, 339
Williams, Robin, 160
Williams, Wendy, 267
Willis, 81, 167
Willoughby, 324
Willoughy, 326
Winch, Robert, 358
Windschitl, 53
Winegard, Benjamin, 443
Wines, 68
Winfrey, Oprah, 67
Wingate, 333
Winquist, 236, 470
Winseman, 410
Winter, 347
Wirth, 363
Wise, 143, 502
Wiseman, Richard, 505
Wisman, 338
Wittenberg, 472
Wixon, D. R., 78
Wixted, 494
Wixted, John, 494
Woechel, 221
Wohl, 71
Wojciszke, 361
Wolf, Wouter, 340
Wolfe, 78
Wolfe, Connie, 42
Wollmer, 114
Wondergem, 144
Wong, 252
Wood, 99, 44, 138, 146, 191, 537
Wood, Wendy, 139, 150
Woodward, Walt, 252
Woodzicka, Julie, 39
Wooley, 245
Wootton-Millward, 282
Worchel, 228, 307
Word, Carl, 291
Workman, 117
Worringham, 222
Wotman, Sara, 377
Wozniak, Steve, 247
Wraga, 293
Wright, 126, 247, 282, 316, 496, 510
Wright, Frank Lloyd, 46
Wright, Robert, 237
Wrightsman, 508
Wrzesniewski, Amy, 116
Wu, 137, 181, 326
Wuebbles, 520, 522
Wurf, 31
Wylie, 49

X

Xie, 156
Xu, 185

Y

Yamaguchi, 48
Yang, 149
Yarmey, 498
Yavetz, 144
Ybarra, 316, 319, 325
Yee, Leland, 326
Yee, Nick, 196
Yelsma, 366
Yildiz, 277
Yinon, Yoel, 328
Yo
  autónomo, 33
  en acción, 30
  espejo, 32
  independiente, 33
  individualista, 37
  previo, 48
  verdadero, 84
Yoes
  interdependientes, 35
  totalitarios, 79
You, 141
Young, 366, 367, 471, 473
Younger, 340
Yousif, 392, 401
Youyou, 356
Yovetich, 378
Yu, 34
Yzerbyt, 359

Z

Zaalberg, 305
Zadro, 340
Zagefka, 389, 405, 537
Zainulbhai, 267
Zajonc, 346
Zajonc, Robert, 219, 238, 328, 343
Zakaria, 300
Zaki, 156, 179
Zanna, 56, 140, 309, 505
Zanna, Mark, 266, 291
Zaragoza, 496
Zarkadi, 501
Zavalloni, Marisa, 234
Zebrowitz, 85, 355
Zebrowitz, Leslie, 437
Zebrowitz-McArthur, 505
Zeisel, 504, 513
Zelenski, 540
Zell, Ethan, 140
Zerjal, 126
Zhang, 36, 70, 176, 523, 528
Zhong, 61, 230, 341, 472
Zhou, 472
Zhu, 35, 267
Zick, 271
Zickafoose, 494
Zigler, 310
Zill, 322
Zillmann, 313, 321, 355
Zillmann, Dolf, 320
Zimbardo, Philip, 102, 230, 418, 432, 474
Zimmer, 31
Zitek, 273
Zola-Morgan, 346
Zona(s)
  ambientales, 529
  de flujo, 490
  gris de la ética, 23
Zotto, 354
Zou, 175
Zuckerman, 43
Zumbrum, 486
Zussman, 506
Zuwerink, 280

Glosario

acatamiento: Conformidad que implica actuar públicamente de acuerdo con una petición implícita o explícita, mientras al mismo tiempo se está en desacuerdo personalmente.

aceptación: Conformidad que implica tanto actuar como creen de acuerdo con la presión social.

actitud: Sentimientos, que con frecuencia, están bajo la influencia de nuestras creencias, que nos predisponen a responder de manera favorable o desfavorable hacia objetos, personas y sucesos.

acuerdos integradores: Acuerdos en que todos ganan y que reconcilian los intereses de ambas partes para beneficio mutuo.

agresión: Comportamientos físicos o verbales cuya intención es dañar a alguien. En los experimentos de laboratorio, esto podría implicar la aplicación de choques eléctricos o decir algo que probablemente hiera los sentimientos de otra persona.

agresión física: Herir el cuerpo de otra persona.

agresión hostil: Agresión que proviene del enojo; su objetivo es lesionar.

agresión instrumental: Agresión que pretende lesionar, pero solo como medio para otro fin.

agresión social: Herir los sentimientos de otra persona o amenazar sus relaciones. Conocida a veces como agresión relacional, incluye al ciberacoso y a algunas formas de acoso en persona.

altruismo: Un motivo para aumentar el bienestar del otro sin consideración consciente hacia el interés propio.

amenaza de estereotipo: Preocupación perturbadora, al enfrentarse a un estereotipo negativo, de que a uno se le valorará con base en un estereotipo negativo.
A diferencia de las profecías autocumplidas que hace encajar la propia reputación dentro del propio autoconcepto, las situaciones de amenaza de estereotipo tienen efectos inmediatos.

amor pasional: Estado de intensa añoranza por unirse con otro. Los amantes apasionados están absortos el uno por el otro, se sienten extasiados al alcanzar el amor de su pareja y se sienten desconsolados al perderlo.

amor sociable (o de compañía): El afecto que sentimos por aquellos con quienes nuestras vidas están profundamente entrelazadas.

andrógino: De *andro* (hombre) y *gyn* (mujer): la mezcla de características tanto masculinas como femeninas.

apego ansioso: Apego marcado por la ansiedad o la ambivalencia. Un estilo de apego inseguro.

apego evitativo: Apego marcado por la incomodidad o la resistencia a acercarse a los demás. Un estilo de apego inseguro.

apego seguro: Apego basado en la confianza y marcado por la intimidad.

aprensión por la evaluación: Preocupación de cómo nos evalúan los demás.

arbitraje: Resolución de conflictos a través de una tercera parte neutral que estudia ambos lados e impone un arreglo.

asignación aleatoria: Proceso de asignar a los participantes a las condiciones experimentales de tal forma que todas las personas tengan las mismas probabilidades de encontrarse dentro de una condición dada (obsérvese la diferencia entre la asignación aleatoria dentro de un experimento y el *muestreo* aleatorio en una encuesta. La asignación aleatoria nos permite inferir causa y efecto. El muestreo aleatorio nos sirve para hacer generalizaciones a la totalidad de una población).

atractivo: Contar con cualidades que agradan al público. Un comunicador atractivo (a menudo uno que se parece al público) es más persuasivo en cuestiones de preferencia subjetiva.

atribución disposicional: Atribuir la conducta a la disposición y rasgos de la persona.

atribución errónea: Atribuir erróneamente un comportamiento a una fuente incorrecta.

atribución situacional: Atribuir el comportamiento al ambiente.

atribuciones en beneficio propio: Una forma de sesgo en beneficio propio; la tendencia a atribuir los resultados positivos a uno mismo y los negativos a otros factores.

autoconcepto: Aquello que sabemos y creemos de nosotros mismos

autoconciencia: Estado de conciencia del yo en el que la atención se enfoca en uno mismo. Vuelve más sensible a la gente a sus propias actitudes y disposiciones.

autoeficacia: La sensación de que uno es competente y eficaz, a diferencia de la autoestima, que es el sentido de valía propia. Un francotirador en el ejército podría sentir una autoeficacia elevada y baja autoestima.

autoestima: La evaluación general de una persona acerca de sí misma o su sentido de valía propia.

autovigilancia: Estar sintonizado con la manera en que uno se presenta a sí mismo en situaciones sociales y adaptar el propio desempeño para crear la impresión deseada.

autopresentación: El acto de expresarse y comportarse de modos diseñados para crear una impresión favorable o para dar una impresión que corresponda a los propios ideales.

autosabotaje: Proteger la propia autoimagen con comportamientos que crean una cómoda excusa para fracasos posteriores.

canal de comunicación: La forma en que se comunica el mensaje, ya sea cara a cara, por escrito, filmado o de alguna otra forma.

capital social: Apoyo y cooperación mutuos facilitados por una red formada en la sociedad.

características de demanda: Pistas de un experimento que le indican al participante los comportamientos que se esperan.

catarsis: Liberación emocional. La perspectiva catártica de la agresión es que la pulsión agresiva se descarga al liberar la energía agresiva, ya sea actuando en forma agresiva o fantaseando con la agresión.

ciberacoso: Acoso, hostigamiento o amenazas contra alguien a través de comunicación electrónica, como mensajes de texto, redes sociales o correo electrónico.

coactores: Coparticipantes que trabajan individualmente en una actividad no competitiva.

cognición corporizada: La influencia mutua de las sensaciones corporales sobre las preferencias cognitivas y los juicios sociales.

cohesión: Un sentimiento de "nosotros"; el grado al que los miembros de un grupo están unidos, como a través de la atracción de unos hacia otros.

colectivismo: Dar prioridad a las metas del propio grupo (a menudo la familia extendida o grupo de trabajo) y definir la propia identidad en consonancia.

confidencia: Revelar aspectos íntimos de uno mismo a los demás.

comparación social: Evaluar las propias capacidades y opiniones a través de la comparación con otros.

complementariedad: La tendencia popularmente sostenida de que, en las relaciones entre dos personas, cada una complementa lo que le falta a la otra.

comportamiento instintivo: Una conducta innata, no aprendida, que exhiben todos los miembros de una especie.

comportamiento prosocial: Conducta social positiva, constructiva y servicial; el opuesto del comportamiento antisocial.

confirmación conductual: Tipo de profecía autocumplida en la que las expectativas sociales de las personas las conducen a comportarse de maneras que provocan que otros confirmen sus expectativas.

conflicto: Incompatibilidad percibida de acciones o metas.

conformidad: Un cambio en comportamiento o creencias como resultado de la presión grupal real o imaginaria.

congraciamiento: El uso de estrategias, como la adulación, por las que las personas buscan obtener la aceptación de alguien.

consentimiento informado: Principio ético que requiere que a los participantes de un estudio se les dé la información suficiente que les permita decidir si desean participar.

contacto en igualdad de estatus: Contacto con base en la igualdad. Al igual que una relación entre personas de estatus desigual genera actitudes coherentes con su relación, lo mismo sucede en las relaciones entre personas de un mismo estatus. Así, a fin de reducir el prejuicio, el contacto interracial debería darse, idealmente, entre personas de estatus equivalente.

contraargumentos: Razones por las que podría estar errado un mensaje persuasivo.

correlación ilusoria: Percepciones de una relación donde no existe o percepciones de una relación más fuerte de la que en realidad existe.

credibilidad: Que puede creerse en aquello a lo que se refiere. Un comunicador creíble se percibe como experto y como confiable.

cultura: Los comportamientos, ideas, actitudes y tradiciones perdurables que comparte un grupo numeroso de personas y que se transmiten de una generación a la siguiente.

desindividuación: Pérdida de la conciencia de uno mismo y de la aprensión por la evaluación; ocurre en situaciones grupales que fomentan la respuesta a las normas de grupo, sean buenas o malas.

desplazamiento: Redirección de la agresión hacia otro objetivo que no es la fuente de la frustración. En general, el nuevo objetivo es más seguro o más socialmente aceptable.

discriminación: Comportamiento negativo injustificado hacia un grupo o sus miembros.

disonancia cognitiva: Tensión que se produce cuando la persona tiene una conciencia simultánea de dos cogniciones inconsistentes. Por ejemplo, es posible que la disonancia ocurra cuando nos damos cuenta de que actuamos, con poca justificación, de manera contraria a nuestras actitudes, o que tomamos una decisión que favorece una alternativa a pesar de las razones que favorecen otra.

efecto autocinético: Propio (*auto*) movimiento (*cinético*). El movimiento aparente de un punto luminoso estacionario en la oscuridad.

efecto de la desinformación: Incorporar la información incorrecta en el propio recuerdo de un suceso después de atestiguarlo y de recibir la información engañosa relacionada con él.

efecto de falsa singularidad: La tendencia a subestimar lo común de nuestras capacidades y de nuestros comportamientos deseables o exitosos.

efecto de homogeneidad del exogrupo: La percepción de los miembros del exogrupo como más semejantes entre sí de lo que son los miembros del endogrupo. Por ende, "ellos son parecidos; nosotros somos diversos".

efecto de incubación: Impacto demorado de un mensaje que sucede cuando un mensaje que de inicio se desacredita se vuelve eficaz, como cuando recordamos el mensaje, pero olvidamos las razones por las que lo desacreditamos.

efecto de mera exposición: La tendencia a que los estímulos novedosos sean más agradables o se califiquen de manera más positiva después de que el calificador se haya visto expuesto a estos en repetidas ocasiones.

efecto de novedad: En ocasiones, la información que se presenta en último lugar es la que mayor influencia tiene. Los efectos de novedad son menos comunes que los efectos de primacía.

efecto de primacía: En igualdad de circunstancias, la información que se presenta primero suele tener la máxima influencia.

efecto de reflector: La creencia de que los demás prestan más atención a nuestra apariencia y comportamiento del que en realidad le dan.

efecto de realimentación facial: La tendencia de las expresiones faciales a provocar sentimientos correspondientes, como temor, enojo o felicidad.

efecto de sobrejustificación: El resultado de premiar a las personas para que hagan lo que ya están haciendo: es

posible que consideren que sus acciones están controladas de manera externa, en lugar de ser atractivas en un sentido intrínseco.

efecto del espectador: El hallazgo de que una persona tiene menor probabilidad de ayudar cuando hay otros espectadores.

efecto del falso consenso: La tendencia a sobreestimar lo común de las propias opiniones y de los comportamientos indeseables o poco exitosos de uno mismo.

empatía: La experiencia indirecta de los sentimientos ajenos de alguien más; ponerse en los zapatos del otro.

endogrupo: "Nosotros": un grupo de personas que comparte una sensación de pertenencia, un sentimiento de identidad común.

engaño: En investigaciones, estrategia por la que se mal informa o da una impresión equivocada a los participantes de los métodos y propósitos de un estudio.

epigenética: El estudio de las influencias ambientales sobre la expresión genética que sucede sin cambios en el ADN.

equidad: Condición en la que los resultados que las personas reciben de una relación son proporcionales a lo que contribuyen a ella. Nota: los resultados equitativos no siempre tienen que ser equivalentes.

error fundamental de atribución: La tendencia de los observadores a subestimar las influencias situacionales y a sobreestimar las influencias disposicionales sobre el comportamiento de los demás.

espacio personal: Zona de amortiguamiento que nos gusta conservar alrededor de nuestros cuerpos. Su magnitud depende de nuestra cultura y de lo conocidas que nos resulten las personas cercanas a nosotros.

esquema del yo: Creencias acerca del yo que organizan y guían el procesamiento de información relevante para el yo.

estereotipo: Creencia acerca de los atributos personales de un grupo de personas. En ocasiones, los estereotipos son generalizaciones excesivas, imprecisas y resistentes a la información novedosa (y, en ocasiones, precisa).

estereotipo del atractivo físico: La suposición de que las personas físicamente atractivas también poseen otros rasgos socialmente deseables: lo que es bello es bueno.

estilo explicativo: La manera habitual de explicar los sucesos en la vida. Un estilo explicativo negativo, pesimista y depresivo atribuye el fracaso a causas estables, globales e internas.

estudio longitudinal: Investigación en la que se estudia a las mismas personas durante un extenso periodo.

etnocentrismo: Creer en la superioridad del propio grupo étnico y cultural y tener un desdén correspondiente por cualquier otro grupo.

exclusión moral: La percepción de que ciertos individuos o grupos están fuera del límite dentro del cual uno aplica los valores morales y las reglas de justicia. La *inclusión moral* es considerar que los otros están dentro del propio círculo de preocupación moral.

exogrupo: "Ellos": un grupo de personas que se percibe como claramente diferente o separado del propio endogrupo.

exposición selectiva: La tendencia a buscar información y medios que concuerden con los propios puntos de vista y evitar la información disonante.

facilitación (*priming*): Activar asociaciones particulares en la memoria.

facilitación social: (1) Significado original: la tendencia de las personas a ejecutar mejor las tareas simples o bien aprendidas cuando otros están presentes. (2) Significado actual el fortalecimiento de las respuestas dominantes (prevalecientes, probables) en presencia de otros.

falacia de la planificación: La tendencia a subestimar qué tanto tiempo se requerirá para llevar a cabo una tarea.

fenómeno de emparejamiento: La tendencia de hombres y mujeres a elegir como pareja a aquellos que son una "buena combinación" en atractivo y otros rasgos.

fenómeno de exceso de confianza: Tendencia a tener más confianza que precisión; a sobreestimar la precisión de las propias creencias.

fenómeno del mundo justo: La tendencia de las personas a creer que el mundo es justo y que, por ende, a las personas les sucede lo que se merecen y que merecen aquello que les sucede.

fenómeno del nivel de adaptación: La tendencia a adaptarse a un nivel determinado de estimulación y, por ende, a percatarse y reaccionar a los cambios respecto a ese nivel.

fenómeno del pie en la puerta: La tendencia que tienen las personas que primero estuvieron de acuerdo con una petición pequeña a acceder a una petición mayor más adelante.

flujo de comunicación en dos pasos: El proceso mediante el cual la influencia de los medios frecuentemente sucede a través de líderes de opinión quienes, a su vez, influyen en otras personas.

formulación: Manera en que se plantea una pregunta o tema; la formulación puede influir en las decisiones y opiniones que expresan las personas.

frustración: Bloqueo del comportamiento dirigido a una meta.

género: En psicología, las características de influencia ya sea biológica o social que asociamos con las mujeres y los hombres.

gestión del terror: De acuerdo con la teoría de la gestión del terror, las respuestas emocionales y cognitivas de autoprotección de las personas (incluyendo el adherirse a las cosmovisiones y prejuicios culturales propios) aumentan al verse confrontadas por los recordatorios de su mortalidad.

GRIT: Acrónimo para "iniciativas graduales y recíprocas de reducción de la tensión" en inglés; una estrategia diseñada para desacelerar las tensiones internacionales.

grupo: Dos o más personas que, por un tiempo mayor a unos cuantos instantes, interactúan, influyen unas sobre otras, y se perciben como «nosotros».

guiones sociales: Instrucciones mentales provistas por la cultura sobre cómo actuar en diversas situaciones.

heurística: Estrategia de pensamiento que nos permite hacer juicios rápidos y eficientes.

heurística de la disponibilidad: Regla cognitiva que juzga la probabilidad de las cosas en términos de su disponibilidad

en la memoria. Si los ejemplos de algo vienen a nuestra mente con facilidad, suponemos que son comunes.

heurística de la representatividad: Tendencia a suponer, en ocasiones a pesar de probabilidades en contra, que alguien o algo pertenece a un grupo en particular si se asemeja (representa) a un miembro típico.

hipótesis: Propuesta comprobable que describe la relación que puede existir entre eventos.

histeria colectiva: Sugestión a los problemas que se propagan en un gran grupo de personas.

holgazanería social: La tendencia de la gente a ejercer menor esfuerzo cuando conjuntan sus esfuerzos hacia una meta en común que cuando la responsabilidad es individual.

identidad social: El aspecto "nosotros" de nuestro autoconcepto: la parte de nuestra respuesta a la pregunta "¿Quién soy?" que proviene de nuestras membresías de grupo.

ignorancia pluralista: Una impresión falsa de que lo que están pensando o sintiendo otras personas o de cómo responden.

ilusión de transparencia: La ilusión de que nuestras emociones ocultas son evidentes y que los demás pueden interpretarlas con facilidad.

individualismo: El concepto de dar prioridad a las propias metas por encima de las metas grupales, y definir la propia identidad en términos de los atributos personales, más que por las identificaciones grupales.

inferencia espontánea de rasgos: Inferencia automática e indeliberada de un rasgo después de verse expuesto al comportamiento de una persona.

influencia informativa: Conformidad que ocurre cuando la gente acepta la evidencia de la realidad que les proporcionan otras personas.

influencia normativa: Conformidad basada en el deseo de la persona de satisfacer las expectativas de los demás, a menudo para obtener aceptación.

inoculación de actitudes: Exponer a las personas a críticas débiles contra sus actitudes para que tengan refutaciones disponibles cuando se presenten críticas más enérgicas.

interacción: Relación en la que el efecto de uno de los factores (como lo biológico) depende de otro factor (como el ambiente).

investigación correlacional: El estudio de las relaciones que ocurren de manera natural entre variables.

investigación de campo: Investigación que se lleva a cabo en un entorno natural de la vida real, fuera de un laboratorio.

investigación experimental: Estudios que buscan pistas en cuanto a las relaciones causa-efecto mediante la manipulación de uno o más factores (variables independientes), al tiempo que se controlan otros (se mantienen constantes).

juegos de no suma cero: Juegos en los que el desenlace no necesita sumar cero. Por medio de la cooperación, ambas partes pueden ganar; a través de la competencia, ambas pueden perder (también denominadas *situaciones de motivos mixtos*).

justificación insuficiente: Reducción de la disonancia a través de justificar interiormente la propia conducta cuando la justificación externa es insuficiente.

la tragedia de los comunes: "Comunes" se refiere a cualquier recurso compartido, incluyendo aire, agua, fuentes de energía y reservas de alimentos. La tragedia sucede cuando los individuos consumen más de lo que les corresponde y el costo de sus acciones de disemina entre todos, lo que ocasiona el colapso final, la tragedia, de los comunes.

liderazgo: El proceso a través del cual ciertos miembros motivan y guían al grupo.

liderazgo de tarea: Liderazgo que organiza el trabajo, establece los estándares y se enfoca en las metas.

liderazgo social: Liderazgo que fomenta el trabajo en equipo, media los conflictos y ofrece apoyo.

liderazgo transformador: Liderazgo que, facilitado por la visión e inspiración del líder, ejerce influencia significativa.

mediación: El intento que hace una tercera parte neutral a fin de resolver un conflicto facilitando la comunicación y ofreciendo sugerencias.

medicina conductual: Área interdisciplinaria que integra y aplica el conocimiento conductual y médico acerca de la salud y la enfermedad.

meta superordinada: Meta compartida que requiere de un esfuerzo cooperativo; una meta que supera las diferencias que las personas tienen entre sí.

muestreo aleatorio: Procedimiento de investigación en el que cada persona dentro de la población a estudiarse tiene las mismas probabilidades de inclusión.

necesidad de cognición: La motivación por pensar y analizar. Se evalúa por medio de la concordancia con afirmaciones tales como "La idea de pensar de manera abstracta me es atractiva" y por el desacuerdo con reactivos tales como "Solo pienso lo mucho que es indispensable".

necesidad de pertenencia: La motivación de vincularse con otros en relaciones que proporcionan interacciones positivas duraderas.

negociación: La búsqueda de un acuerdo a un conflicto a través del trato directo entre las diferentes partes.

neurociencia social: Campo interdisciplinario que explora las bases neurales de los procesos y comportamientos sociales y emocionales, así como la manera en que estos procesos y comportamientos afectan nuestros cerebros y nuestra biología.

norma de reciprocidad: La expectativa de que la gente ayudará, no herirá, a aquellos que les han ayudado.

norma de responsabilidad social: La expectativa de que la gente ayudará a los que necesitan ayuda.

normas: Estándares para el comportamiento aceptado y esperado. Las normas indican la conducta "apropiada" (en un sentido distinto del término, las normas también describen aquello que hace la mayoría: lo que es normal.)

obediencia: Tipo de acatamiento que implica actuar de acuerdo con una orden o instrucción directa.

orientación a la dominancia social: Motivación a que el propio grupo social domine a otros grupos sociales.

parásitos: Personas que se benefician del grupo, pero que dan poco a cambio.

paz: Condición caracterizada por bajos niveles de hostilidad y agresión y por relaciones mutuamente benéficas.

pensamiento contrafáctico: Imaginar situaciones y desenlaces alternativos que pudieron haber sucedido, pero que no sucedieron.

pensamiento grupal: "Modo de pensamiento en el que participan las personas cuando la búsqueda de convergencia se vuelve tan dominante en un grupo cohesivo que tiende a dominar la evaluación realista de cursos alternativos de acción". –Irvin Janis, "Groupthink", 1971

percepciones de imagen en espejo: Puntos de vista recíprocos que a menudo tienen de sí las partes en conflicto; por ejemplo, es posible que cada una se considere como moral y pacífica, y la otra como malévola y agresiva.

perseverancia de las creencias: La persistencia de las concepciones iniciales propias, como cuando las bases de una creencia se desacreditan, pero sobrevive una explicación de por qué la creencia podría seguir siendo cierta.

personalidad autoritaria: Personalidad dispuesta a favorecer la obediencia a la autoridad y la intolerancia hacia exogrupos y hacia aquellos de estatus inferior.

persuasión: Proceso mediante el cual un mensaje induce un cambio de creencias, actitudes o comportamientos.

pesimismo defensivo: El valor adaptativo de anticipar los problemas y controlar las propias ansiedades para motivar la acción eficiente.

polarización grupal: La intensificación producida por el grupo de las tendencias preexistentes de los miembros; un fortalecimiento de la tendencia promedio de los miembros, no una división dentro del grupo.

prejuicio: Juicio negativo preconcebido acerca de un grupo y de sus miembros individuales.

privación relativa: La percepción de que uno tiene una situación menos afortunada que los demás con quienes uno se compara.

procesamiento automático: Pensamiento implícito carente de esfuerzo, habitual y sin conciencia; corresponde aproximadamente a la intuición. También se le conoce como sistema 1.

procesamiento controlado: Pensamiento explícito deliberado, reflexivo y consciente. También se le conoce como sistema 2.

profecía autocumplida: Una creencia que conduce a su propia materialización.

proximidad: Cercanía geográfica. La proximidad (o, más precisamente, la "distancia funcional") es un poderoso factor de predicción del agrado.

psicología clínica: El estudio, evaluación y tratamiento de personas con dificultades psicológicas.

psicología de la salud: El estudio de las raíces psicológicas de la salud y enfermedad. Ofrece la contribución de la psicología a la medicina conductual.

psicología evolutiva: Estudio de la evolución de la cognición y del comportamiento a través de los principios de la selección natural.

psicología social: El estudio científico de la manera en que las personas piensan de sí mismas, influyen unas sobre otras y se relacionan entre sí.

racismo: (1) Las actitudes prejuiciosas y comportamiento discriminatorio de un individuo hacia una persona de una raza determinada, o (2) las prácticas institucionales (incluso si no están motivadas por el prejuicio) que subordinan a las personas de una raza dada.

reactancia: Un motivo para proteger o restaurar el propio sentido de libertad. La reactancia surge cuando alguien amenaza nuestra libertad de acción.

realismo depresivo: La tendencia de las personas con depresión leve a hacer juicios, atribuciones y predicciones certeros, en lugar de en beneficio propio.

realismo experimental: Grado al que un experimento absorbe e involucra a sus participantes.

realismo mundano: Grado al que un experimento es superficialmente semejante a situaciones cotidianas.

reciprocidad de confidencia: La tendencia a que la confidencia de autodivulgación de una persona coincida con aquella de su interlocutor.

regresión a la media: Tendencia estadística de que las puntuaciones o comportamientos extremos regresen a un punto promedio.

replicación: Repetir un estudio de investigación, a menudo con distintos participantes en diferentes entornos, a fin de determinar si puede reproducirse un hallazgo.

representaciones sociales: Ideas y valores ampliamente sostenidos por una sociedad, incluyendo suposiciones e ideologías culturales. Nuestras representaciones sociales nos ayudan a darle sentido a nuestro mundo.

rol: Conjunto de normas que definen cómo deben comportarse las personas en una posición social determinada.

rol de género: Conjunto de expectativas de conducta (normas) para mujeres y hombres.

ruta central de la persuasión: Sucede cuando las personas interesadas se centran en los argumentos y responden con pensamientos favorables.

ruta periférica a la persuasión: Sucede cuando las personas se ven influidas por señales incidentales, como el atractivo del orador.

selección de parentesco: La idea de que la evolución seleccionó el altruismo hacia los familiares cercanos para mejorar la supervivencia de los genes mutuamente compartidos.

selección natural: Proceso evolutivo por el que los rasgos hereditarios que mejor permiten que el organismo sobreviva y se reproduzca en ambientes particulares se heredan a generaciones posteriores.

sesgo a favor del grupo: Justificar los comportamientos positivos de los miembros del exogrupo; también, atribuir comportamientos negativos a sus disposiciones (mientras que se excusan estos comportamientos dentro del propio grupo).

sesgo de confirmación: Tendencia a buscar información que confirme las propias preconcepciones.

sesgo de impacto: Sobreestimar el impacto duradero de sucesos que provocan emociones.

sesgo de raza propia: La tendencia que tienen las personas a reconocer rostros de su misma raza con mayor precisión (también llamado *efecto de raza cruzada* o *efecto de otra raza*).

sesgo en beneficio propio: La tendencia a percibirse a uno mismo de manera favorable.

sesgo endogrupal: La tendencia a favorecer al propio grupo.

sesgo retrospectivo: Tendencia a exagerar, después de averiguar un resultado, la capacidad de haber predicho la manera en que sucedió. También se conoce como *fenómeno de "siempre lo supe"*.

sesiones informativas (*debriefing*): En psicología social, la explicación que se da a los participantes después del experimento. Por lo general, estas sesiones informativas revelan cualquier engaño y a menudo interrogan a los participantes en cuanto a lo que comprenden y lo que sienten.

sexismo: (1) Las actitudes prejuiciosas y comportamiento discriminatorio de un individuo hacia una persona de un sexo determinado, o (2) las prácticas institucionales (incluso si no están motivadas por el prejuicio) que subordinan a las personas de un sexo dado.

sexo: Las dos categorías biológicas: masculino y femenino.

Sistema 1: La forma intuitiva, automática, inconsciente y rápida de pensar. También se le conoce como procesamiento automático.

Sistema 2: La forma deliberada, controlada, consciente y más lenta de pensar. También se le conoce como procesamiento controlado.

sistema de actitudes duales: Discrepancia entre actitudes implícitas (automáticas) y explícitas (bajo control consciente) hacia el mismo objeto. Las actitudes explícitas verbalizadas pueden cambiar con la educación y la persuasión; las actitudes implícitas cambian lentamente con la práctica que forma nuevos hábitos.

subagrupamiento: Reconciliar a aquellos individuos que se alejan de los propios estereotipos mediante la formación de un estereotipo nuevo para este subconjunto del grupo.

subtipificación: Reconciliar a aquellos individuos que se alejan de los propios estereotipos pensando en ellos como "excepciones a la regla".

técnica de la bola baja: Táctica para lograr que las personas accedan a algo. Las personas que acceden a una petición inicial a menudo seguirán accediendo incluso cuando el peticionario aumente sus demandas. Las personas que solo reciben la petición costosa tendrán menores probabilidades de acceder a ella.

técnica de puerta en la cara: Estrategia para obtener una concesión. Después de que alguien rechaza una petición importante de primera instancia (la puerta en la cara), el mismo solicitante hace una contraoferta con una petición más razonable.

teoría: Conjunto integrado de principios que explica y predice los eventos observados.

teoría bifactorial de las emociones: Excitación X de su etiqueta = emoción.

teoría de frustración-agresión: La teoría de que la frustración detona la disposición a agredir

teoría de la atribución: Teoría de la manera en que las personas explican el comportamiento de otras; por ejemplo, al atribuirla ya sea a disposiciones internas (rasgos, motivos y actitudes perdurables) o a situaciones externas.

teoría de la autoafirmación: Una teoría acerca de que (a) con frecuencia las personas experimentan una amenaza a su autoimagen después de participar en un comportamiento indeseable, y (b) pueden compensarlo al afirmar otro aspecto de sí mismas. Si se amenaza el autoconcepto de las personas en un ámbito, lo compensarán reenfocándose o llevando a cabo alguna buena acción en algún otro ámbito.

teoría de la autopercepción: La teoría de que cuando no estamos seguros de nuestras actitudes, las inferimos en gran medida como lo haría alguien que nos observe, advirtiendo nuestro comportamiento y las circunstancias en las que ocurre.

teoría de la autopresentación: Teoría que postula que ansiamos presentarnos de modos que dejen una buena impresión.

teoría de la atracción basada en la recompensa: La teoría que indica que nos agradan aquellas personas cuyo comportamiento nos recompensa o a quienes asociamos con sucesos que recompensan.

teoría del aprendizaje social: La teoría de que aprendemos el comportamiento social a través de la observación e imitación, y al recibir recompensas y castigos.

teoría del conflicto de grupo realista: La teoría de que el prejuicio surge a causa de la competencia que existe entre grupos por los recursos escasos.

teoría del intercambio social: La teoría de que las interacciones humanas son transacciones que buscan maximizar las propias recompensas y minimizar los costos para uno mismo.

teoría del manejo del terror: Propone que la gente exhibe respuestas emocionales y cognitivas de autoprotección (incluyendo adherirse con mayor intensidad a sus cosmovisiones y prejuicios culturales) cuando se enfrenta con recordatorios de su mortalidad.

Test de actitud implícita (IAT): Evaluación por computadora de las actitudes implícitas. Esta prueba utiliza los tiempos de reacción para medir las asociaciones automáticas de la gente entre objetos y actitudes, y palabras evaluativas. Los apareamientos más fáciles (y las respuestas más rápidas) se toman como indicación de asociaciones inconscientes más fuertes.

testosterona: Hormona que predomina más en los hombres que en las mujeres y que está ligada al dominio y la agresión.

trampa social: Una situación en la que las partes en conflicto, al buscar su interés propio en forma racional, se ven atrapadas en comportamientos mutuamente destructivos. Ejemplos incluyen el dilema del prisionero y la tragedia de los comunes.

transgénero: Persona cuyo sentir psicológico sobre ser mujer u hombre difiere de su sexo de nacimiento.

variable dependiente: La variable que se está midiendo; llamada así porque puede depender de las manipulaciones de la variable independiente

variable independiente: Factor experimental que manipula el investigador.

yo independiente: Interpretar la propia identidad como un yo autónomo.